

# BAB I

## PENDAHULUAN

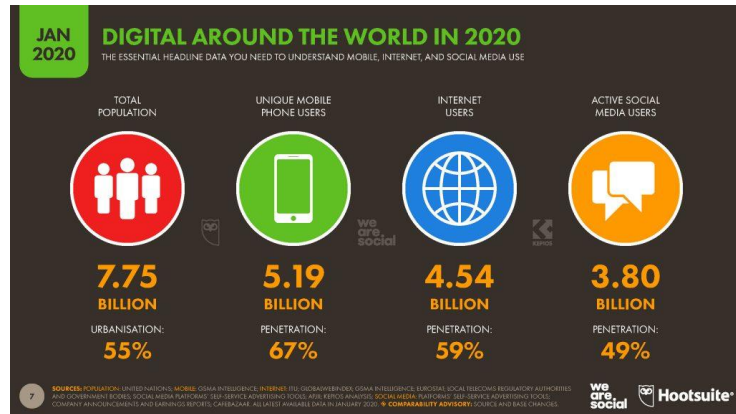
### 1.1 Latar belakang

Pariwisata merupakan salah satu Industri yang penting dan berpengaruh bagi sektor perekonomian di Negara Indonesia. Sebagai Negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki iklim tropis, tentu saja membuat Negara Indonesia tidak hanya memiliki keanekaragaman budaya, panorama alam yang indah, tetapi juga keanekaragaman flora dan juga fauna yang sangat mendukung komposisi dari Industri pariwisata di Indonesia. Tempat pariwisata sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Apalagi ditengah aktivitas yang mereka lakukan, mereka akan sangat membutuhkan tempat pariwisata yang menyenangkan untuk menghabiskan waktu bersama orang-orang tersayang. Tempat pariwisata di Indonesia kini sudah beragam dan berkembang. Dengan tujuan tidak hanya sebagai tempat menarik untuk berwisata, tetapi juga bisa digunakan sebagai sarana edukasi yang biasa disebut juga sebagai tempat eduwisata. Sebagai contoh ada museum, taman bunga, kebun binatang, dan lain sebagainya. Masing - masing tempat eduwisata pasti menawarkan daya tarik dan keunggulan mereka untuk menarik minat para pengunjung. Salah satu tempat eduwisata yang turut meramaikan industri pariwisata di Indonesia adalah Jember Mini Zoo.

Jember Mini Zoo merupakan salah satu tempat eduwisata baru yang mengambil konsep kebun binatang di kota Jember. Tidak hanya menyediakan tempat edukasi untuk memberikan wawasan dan informasi kepada masyarakat mengenai hewan dan tumbuhan. Jember Mini Zoo juga menyediakan spot - spot menarik dan juga wahana bagi para pengunjung untuk berfoto dan bermain. Klasifikasi tersebutlah yang menjadikan Jember Mini Zoo sebagai tempat Eduwisata. Dibuka ditengah masa pandemi, tidak menghalangi para pengunjung untuk memasuki salah satu tempat eduwisata di kota Jember ini dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang berlaku. Untuk tetap mempertahankan jumlah pengunjung, Jember Mini Zoo mengupayakan berbagai cara untuk menarik minat mereka. Salah satu caranya adalah dengan melakukan strategi komunikasi pemasaran.

Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan suatu perusahaan untuk mengkomunikasikan, mengenalkan, dan mempengaruhi konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan. Kegiatan komunikasi pemasaran ini digunakan oleh Jember Mini Zoo dengan tujuan untuk menarik para pengunjung, agar pada akhirnya pengunjung memiliki keinginan untuk mencoba dan datang kembali Jember Mini Zoo. Dan kegiatan pemasaran yang telah dilakukan oleh Jember Mini Zoo adalah mulai dari memasang baliho, mengadakan giveaway, mengundang influencer, membuat event hingga promo-promo menarik bagi para pengunjung. Tentu saja kegiatan pemasaran ini tidak hanya dilakukan secara *offline*. Karena mengingat perkembangan jaman yang sangat pesat saat ini, jadi Jember Mini Zoo juga melakukan komunikasi pemasaran digital melalui media sosial *online*.

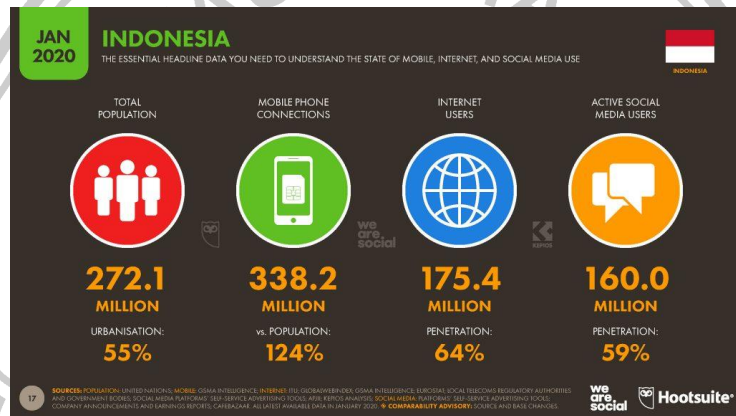
Media sosial merupakan sebuah media daring yang dapat mempermudah para penggunanya untuk berkomunikasi, menciptakan konten, bertukar informasi maupun berbisnis tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Kemudahan inilah yang membuat meningkatnya masyarakat dalam menggunakan media sosial. Bahkan industri pariwisata pun menggunakan media sosial sebagai sarana untuk melakukan kegiatan pemasaran maupun menarik para pengunjung untuk datang ke tempat wisatanya. Media sosial dinilai efisien sebagai media komunikasi pemasaran digital, karena media sosial bisa menyajikan visual promosi seperti menampilkan gambaran tempat wisata sebelum para pengunjung datang ke tempat wisata yang sebenarnya. Dengan penyajian visualisasi tempat wisata yang menarik di media sosial, tentunya hal ini akan menarik para pengunjung untuk datang ke tempat wisata. Umumnya sarana media sosial dimanfaatkan industri pariwisata untuk membagikan informasi kegiatan dan postingan yang menarik kepada pengunjung. Dan pemanfaatan media sosial ini dapat berdampak positif bagi citra industri atau obyek pariwisata. (Indika & Jovita, 2017). Media sosial merupakan media yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas. Menurut data yang disajikan dari situs layanan manajemen konten HootSuite pada tahun 2020 bahwa tren pengguna internet di dunia ada sebanyak 4,540 Milyar dan pengguna media sosial aktif di dunia ada 3,800 Milyar.



Gambar1. 1 Pengguna internet dan media sosial di dunia tahun 2020

(Sumber: Hootsuite)

Sedangkan tren pengguna internet di Indonesia ada sebanyak 175,4 Juta dan pengguna media sosial aktif di Indonesia ada 160 Juta.



Gambar1. 2 Pengguna internet dan media sosial di Indonesia tahun 2020

(Sumber: Hootsuite)

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang paling populer dan banyak digunakan oleh masyarakat. Menurut peneliti penggunaan instagram dirasa lebih sederhana dibandingkan dengan aplikasi media sosial lainnya. Karena instagram dapat memuat kata, gambar, video, dan juga filter yang membantu para penggunanya untuk mempercantik gambar. Menurut data yang bersumber dari databoks.co.id, di Indonesia instagram berada di urutan ketiga sebagai aplikasi media sosial yang paling sering digunakan setelah *youtube* dan *whatsapp*. Jumlah penggunanya hingga bulan Juli 2021 sudah mencapai 91,77 juta pengguna (Rizaty, 2021). Dan berdasarkan sumber yang disajikan oleh emarketer.com di tahun 2017, pengguna Instagram dengan usia 16-35 tahun 48,4% membagikan postingan saat travelling (peringkat ketiga). Maka berdasarkan data tersebut, Instagram adalah

salah satu aplikasi yang sangat berpengaruh di media sosial untuk mempromosikan industri pariwisata. (Indika & Jovita, 2017)

Mengingat Jember Mini Zoo yang baru saja buka ditengah masa pandemi, jadi mereka memaksimalkan akun media sosial instagram mereka yang memiliki domain akun @jemberminizoo untuk melakukan kegiatan komunikasi pemasaran digital guna menarik minat para pengunjung melalui aplikasi media sosial *online* mereka. Dalam mengembangkan komunikasi pemasaran digital pada media sosial instagram mereka, Jember Mini Zoo juga memiliki tim *social media specialist* yang berkolaborasi dengan tim *marketing*. Mereka bertugas untuk memikirkan konten, terobosan, atau promosi apa yang akan mereka upload untuk 1 bulan kedepan di Instagram Jember Mini Zoo guna menarik para pengunjung. Melalui akun instagram @jemberminizoo, mereka berupaya untuk membagikan berbagai informasi, diantaranya tentang pengetahuan hewan. Sebagai contoh, Jember Mini Zoo memposting berbagai foto satwa mereka disertai penjelasan tentang habitat dan fakta unik hewan tersebut. Lalu pengenalan wahana, sebagai contoh Jember Mini Zoo memposting foto dari Taman Kelinci yang dapat menarik para keluarga untuk memasukinya, karena disana mereka bukan hanya melihat kelinci tetapi juga bisa berinteraksi seperti menggendong, berfoto, dan memberi makan kelinci. Jember Mini Zoo juga membagikan postingan *giveaway* tiket masuk gratis di akun instagram mereka, dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Biasanya syarat yang diberikan adalah dengan menjawab games yang telah diberikan dan *memfollow* akun dari Jember Mini Zoo, dengan ini akan terjadi interaksi antara Jember Mini Zoo dengan pengguna instagram, juga jumlah *followers* akun Jember Mini Zoo secara otomatis akan bertambah dan pengguna akun instagram akan tertarik untuk mengikuti *giveaway* tersebut. Lalu Jember Mini Zoo juga membagikan postingan promosi bulanan seperti memberi potongan harga di tanggal dan bulan yang sama (12.12) guna menarik para pengunjung melalui perantara media sosial intagram untuk datang ke Jember Mini Zoo. Dan yang terakhir adalah Jember Mini Zoo membagikan testimoni dari para pengunjung lewat *repost story* Instagram mereka, untuk mengapresiasi konsumen dan juga guna meningkatkan rasa percaya kepada konsumen baru.

Jember Mini Zoo merupakan perusahaan yang baru saja buka di masa pandemi, tentunya terdapat berbagai macam hambatan yang dihadapi oleh perusahaan yang baru saja dibuka pada masa seperti ini. Menurut peneliti terdapat beberapa hal yang dapat menghambat jalannya strategi komunikasi pemasaran digital melalui media sosial instagram Jember Mini Zoo. Hal tersebut dapat berupa masyarakat yang masih belum mengenal tentang media sosial terutama instagram, juga kurangnya perusahaan dalam memperluas nama dari Jember Mini Zoo. Hal ini dikarenakan lokasi dari Jember Mini Zoo yang terletak agak menjorok masuk kedalam dan juga belum adanya petunjuk jalan untuk memasuki Jember Mini Zoo. Selain itu, menurut peneliti ada beberapa hal yang dapat mendukung strategi komunikasi pemasaran digital melalui media sosial instagram Jember Mini Zoo. Seperti jumlah *followers*, *brand ambassador*, dan juga *influencer*. Jumlah *followers* bisa sangat berpengaruh dalam aktivitas komunikasi pemasaran digital di media sosial instagram. Karena semakin banyak jumlah *followers*, maka perspektif orang-orang terhadap suatu akun apalagi perusahaan akan berdampak positif. Lalu, *brand ambassador* masuk ke dalam salah satu hal yang berpengaruh menurut peneliti karena *brand ambassador* merupakan seseorang yang dipilih sendiri oleh perusahaan untuk mewakili wajah dari perusahaan itu sendiri dengan *image* yang positif. *Brand ambassador* ini memiliki tanggung jawab yang besar, selain diwajibkan untuk mencerminkan citra baik dari sebuah perusahaan, mereka juga harus bisa meningkatkan *brand awareness* dan penjualan suatu perusahaan. Mereka biasanya juga memiliki kontrak kerjasama dengan jangka waktu yang panjang. Umumnya *brand ambassador* ini berasal dari kalangan yang memiliki pengaruh besar di media sosial, karena dinilai dapat membantu mempromosikan brand kepada *followers* atau jaringan mereka untuk meningkatkan kesadaran terhadap merek dan mendorong penjualan dari suatu perusahaan. Jember Mini Zoo sendiri memilih *brand ambassador* bernama Nabila yang memiliki akun instagram berdomain @nabila\_ulayyah dengan memiliki kurang lebih 10,7 ribu pengikut di media sosial instagram. Nabila sendiri juga merupakan Jember *Tourism Ambassador*, *Miss Tourism of the Globe Indonesia*, *Best Model* Jatim 2020, dan juga Top Model Indonesia Jatim 2020. Hal tersebut tentu dapat membantu Jember Mini Zoo untuk memiliki citra perusahaan yang

positif dan juga dapat mencapai tujuan perusahaan dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran digital Jember Mini Zoo melalui media sosial instagram pada akun @jemberminizoo, seperti contoh *followers* dari akun instagram Jember Mini Zoo akan bertambah akibat pengaruh dari *brand ambassador* mereka. Dan hal terakhir yang berpengaruh menurut peneliti adalah *influencer*. Influencer merupakan seseorang yang memiliki *followers* banyak di media sosial dan bertugas untuk membantu mempromosikan suatu brand ataupun perusahaan. Kerjasama *influencer* dengan suatu perusahaan biasanya singkat. Jember Mini Zoo sendiri menggunakan *influencer* untuk membantu mempromosikan perusahaan mereka, dan target pasarnya adalah *followers influencer* itu sendiri.

Berdasarkan penjabaran diatas, peneliti ingin mengetahui strategi komunikasi pemasaran digital dari Jember Mini Zoo khususnya lewat aktivitas media sosial instagram, karena Jember Mini Zoo merupakan industri eduwisata baru dan menarik yang menyediakan koleksi hewan mini yang cukup lengkap, serta terdapat spot foto *instagramable* yang cukup populer untuk dibagikan di media sosial. Mereka juga baru saja dibuka di masa pandemi, jadi media sosial instagram dirasa lebih efektif untuk melakukan pemasaran digital dalam mengenalkan tempat eduwisatanya agar diketahui, dikenal dan sampai bisa dikunjungi oleh masyarakat luas. Terbukti Jember Mini Zoo saat ini memiliki kurang lebih 16 ribu pengikut, dan bertambah disetiap minggunya, yang menjadikan akun instagram Jember Mini Zoo ini memenuhi kriteria untuk diteliti. Untuk membedah strategi tersebut, peneliti menggunakan teori AISAS, dimana teori ini digunakan untuk penyebarluasan komunikasi pemasaran secara digital. Mengingat judul yang diangkat oleh peneliti lebih berfokus pada media sosial instagram dalam melakukan komunikasi pemasaran digital.

## 1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan Jember Mini Zoo melalui media sosial instagram pada akun @jemberminizoo?

2. Apa saja yang faktor pendukung dan penghambat dari komunikasi pemasaran digital yang dilakukan Jember Mini Zoo melalui media sosial instagram pada akun @jemberminizoo?

### **1.3 Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan Jember Mini Zoo melalui media sosial instagram pada akun @jemberminizoo
2. Untuk mengetahui apa saja faktor yang dapat menjadi pendukung dan penghambat komunikasi pemasaran digital yang dilakukan Jember Mini Zoo melalui media sosial instagram pada akun @jemberminizoo

### **1.4 Manfaat penelitian**

1. Manfaat teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat menambah wawasan keilmuan bagi para pembaca. Serta penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa lainnya untuk penelitian sejenis dibidang komunikasi pemasaran digital.

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat luas khususnya pada instansi serupa tentang media sosial sebagai media komunikasi pemasaran, agar instansi serupa juga dapat berkembang. Selain itu juga diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan, usulan, dan juga evaluasi bagi Jember Mini Zoo.