

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

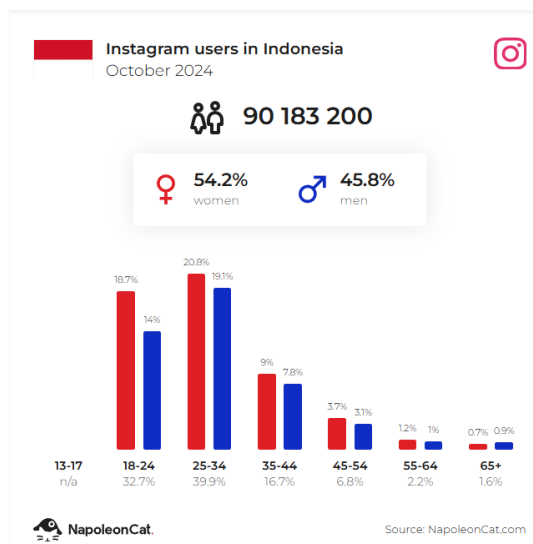
AIIIA Tour and Travel merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa transportasi. Usaha ini didirikan oleh bapak Doni Tarigan sejak tahun 2021. Usaha ini berlokasi di Komplek Ruko Matahari Square Blok B-H No.19, Kec. Baleendah, Kab. Bandung. Jasa yang di tawarkan oleh AIIIA Tour and Travel diantaranya paket pariwisata kota Bandung dan juga rental unit mobil untuk wilayah kota Bandung. Kelebihan dari perusahaan jasa ini yaitu harga yang ramah di kantong serta dapat di sesuaikan dengan kebutuhan customer.

Berdasarkan hasil observasi yang telah di lakukan di AIIIA Tour and Travel, usaha di bidang jasa transportasi ini masih belum memiliki media sosial yang digunakan sebagai media promosi digital yang sering digunakan sebagai portofolio atau media brand untuk memperkenalkan usaha kepada calon customer.

Berdasarkan survey yang sudah peneliti lakukan terhadap 22 orang customer yang telah memakai jasa AIIIA Tour and Travel dan 29 orang calon customer wilayah kota Bandung menyatakan bahwa 56,9% dari mereka belum familiar dengan perusahaan jasa AIIIA Tour and Travel. Ini menunjukkan bahwa *brand awareness* terhadap perusahaan jasa AIIIA Tour and Travel masih sangat kurang sehingga perlu adanya sebuah promosi. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:62), promosi ialah suatu unsur yang dipergunakan untuk memberitahukan serta mengajak pasar atau konsumen perihal produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.

Berdasarkan survei yang telah di lakukan kepada 50 customer dan calon customer AIIIA Tour and Travel hasilnya menyarankan agar segera dibuatkan akun media sosial sebagai media untuk promosi perusahaan jasa AIIIA Tour and Travel. Selain itu, berdasarkan survei yang telah di lakukan sebanyak 56,9% orang menyarankan untuk menggunakan Media sosial Instagram sebagai media yang cocok untuk digunakan sebagai media promosi untuk perusahaan jasa AIIIA Tour and Travel.

Menurut data Napoleon pada bulan Oktober 2024, Media sosial instagram merupakan media sosial urutan ke dua dengan pengguna paling banyak di Indonesia. Pengguna media sosial instagram di Indonesia berjumlah 90.183.200 users yang didominasi oleh pengguna pada rentang usia 25 sampai 34 tahun sebesar 39,9%. Dari total pengguna Instagram indonesia sebanyak 54,2% dengan jenis kelamin perempuan dan 45,8% berjenis kelamin laki-laki. Media sosial Instagram tidak hanya menjadi *platform* media sosial untuk berbagi foto saja tetapi juga telah menjadi *platform business tool* dalam melakukan promosi dan mengembangkan bisnis pada era Internet.



Gambar 1.1– Instagram Users di Indonesia (Oktober 2024)

Sumber : <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/10/>

Media sosial Instagram menjadi platform alat promosi bisnis yang memungkinkan konsumen dapat berinteraksi langsung dengan konten, pesan, atau informasi tentang suatu brand atau produk yang dipasarkan kapan dan dimanapun. Sengan menggunakan media sosial instagram untuk berinteraksi dengan konsumen, bisnis dapat mengembangkan cakupan bisnis lebih luas, cepat, dan efektif. Bisnis dapat langsung menerima respon serta feedback dari konsumen secara langsung. Fitur-fitur yang di sediakan media sosial instagram juga dapat digunakan untuk menarik perhatian konsumen agar mau menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Informasi yang akan disampaikan melalui media sosial instagram perlu

dikemas secara menarik agar dapat menarik perhatian calon customer atau users. Menurut Priansa (2017), berinteraksi dengan konsumen melalui media sosial menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan sebagai komunikasi pemasaran agar konsumen dapat memahami informasi yang diberikan dengan lebih baik dan membantu konsumen untuk mengingat kembali, sesuai dengan salah satu tujuan dari komunikasi pemasaran (Jesslyn & Winduwati,2021).

Berdasarkan pernyataan dari pemilik AIIIA Tour and Travel bahwa diperlukan adanya strategi untuk dapat memaksimalkan promosi dari perusahaan jasa ini agar dapat memiliki jangkauan target pasar yang luas. Pemilik juga menyatakan bahwa hampir 90% customer tahun 2024 berasal dari relasi pemilik dan melalui promosi mulut ke mulut. Setelah melihat data yang di peroleh baik dari pemilik, survei terhadap customer dan calon customer, juga sumber lainnya. Maka penulis dan pemilik telah berdiskusi untuk mencari solusi agar meningkatkan jangkauan serta perhatian calon customer atau audies yang lebih luas melalui media sosial. AIIIA Tour and Travel juga memperluas segmentasi konsumen yang tidak hanya orang dewasa tapi remaja sampai dewasa.

Memiliki konten media sosial yang menarik merupakan salah satu bentuk strategi promosi melalui *online marketing* agar dapat menarik perhatian konsumen. Dalam sebuah hasil penelitian menyatakan bahwa dibutuhkan pesan atau informasi tentang produk atau brand tersebut untuk menarik perhatian atau *attantion audience*(Qurthuby, 2019). Sehingga berdasarkan studi pustaka menunjukan pentingnya konsep promosi diawali dengan upaya menarik perhatian terlebih dahulu.

Dari ari penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Perancangan Konten Media Sosial Instagram Untuk Meningkatkan Promosi AIIIA Tour And Travel**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemahaman latar belakang masalah yang telah dijelaskan yaitu:

1. Bagaimana perancangan desain konten media sosial Instagram AIIIA Tour and Travel sebagai media promosi?

2. Bagaimana hasil distribusi desain konten media sosial Instagram AIII A Tour and Travel sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Agar rumusan masalah di atas lebih fokus dan terperinci, maka batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya meneliti perusahaan AIII A Tour and Travel yang berlokasi di Kota Bandung.
2. Penelitian ini hanya menggunakan Instagram sebagai media penelitian.
3. Hasil dari penelitian ini berupa desain konten media sosial berupa feeds dan reels Instagram

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang disebutkan dalam rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang akan dicapai yaitu:

1. Merancang desain konten media sosial Instagram AIII A Tour and Travel sebagai media promosi.
2. Melakukan penerapan desain konten media sosial Instagram AIII A Tour and Travel sebagai media promosi yang telah dibuat.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai maka diharapkan penelitian ini memiliki manfaat bagi semua pihak secara langsung ataupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini secara khusus yaitu :

1. Manfaat teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbang pemikiran sebagai masukan pengetahuan atau literatur ilmiah yang dapat dijadikan sumber informasi bagi penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Adapun Manfaat praktis bagi penulis dan perusahaan, yaitu :

- a. Bagi penulis, diharapkan dapat menjadi pengalaman kerja dan dapat menjadi sarana manfaat untuk membentuk sifat kerja yang profesional, mampu bekerja dalam tekanan, lebih kritis dalam berpikir dan lebih paham akan deadline kerja.

- b. Bagi AIIIA Tour and Travel, diharapkan dapat menjadi media promosi dan dapat meningkatkan penjualan jasa.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu dalam menambah wawasan, dan menjadi referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian serupa.

1.6 Struktur Organisasi Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini, penulis memaparkan dalam 5 bab dengan ketentuan sebagai berikut:

Bab I dalam bab ini peneliti menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan struktur organisasi skripsi.

Bab II, dalam bab ini terdapat tinjauan pustaka yang menguraikan tentang teori- teori dari berbagai sumber baik buku, jurnal, internet, dan pendapat para ahli berkaitan dengan bidang yang diteliti, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

Bab III, dalam bab ini terdapat penjabaran mengenai metode penelitian yang akan digunakan, untuk mengumpulkan informasi serta data yang diperlukan sehingga mendapatkan hasil dari pertanyaan yang dikaji.

Bab IV, dalam bab ini terdapat penguraian hasil dan pembahasan untuk menjawab pertanyaan dari penelitian yang dikaji sesuai dengan rumusan masalah.

Bab V, dalam bab ini terdapat kesimpulan, implikasi dan saran dari keseluruhan yang telah dilaksanakan peneliti.