

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Berwisata bersama keluarga atau kerabat merupakan salah satu kebutuhan dikalangan masyarakat sekarang ini. Selain untuk rehat sejenak dari rutinitas bekerja, berwisata juga diharapkan mampu membangkitkan kembali semangat serta kekerabatan yang telah terjalin. Jawa Barat merupakan sebuah provinsi yang ada di Indonesia dengan keindahan alam, budaya serta memiliki nilai sejarah yang menjadikan pariwisata sebagai lokomotif ekonomi sehingga dapat disebut dengan provinsi pariwisata.

Lembang terletak di bagian utara Kota Bandung dan termasuk dalam bagian Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu kawasan wisata yang menjadi *top of mind* bagi wisatawan domestik maupun mancanegara karena memiliki daya tarik wisata yang beragam dan didukung oleh kondisi alam yang sejuk. Banyak Travel Agent memanfaatkannya untuk menjual produk wisata Lembang karena terbukti banyaknya minat dan keinginan masyarakat untuk mengunjungi daerah Lembang. Salah satu travel agent yang menjual produk wisata Lembang yang masih berjalan dikala pandemi Covid-19 salah adalah Gudeo Experience Indonesia atau lebih dikenal dengan nama Gudeo Tour. Perusahaan ini menjual produk wisata di kawasan Lembang mulai dari *adventure* hingga *gathering*.

Hampir semua perusahaan khususnya perusahaan di bidang perjalanan ikut terdampak. Semua sektor kegiatan masyarakat seperti sekolah, perkantoran dan pariwisata tidak diperbolehkan beroperasi atau dibatasi. Hal inipun terjadi pada Gudeo Tour yang tidak dapat menjual produk wisata yang mereka miliki baik untuk perjalanan bisnis ataupun wisata.

Selain itu juga regulasi pemerintah mengenai berwisata menjadi salah satu masalah bagi Gudeo Tour seperti pembatasan sosial hingga ditutupnya akses keluar masuk daerah yang akan dituju oleh para wisatawan yang mengharuskan Gudeo Tour ini harus dapat memanfaatkan inovasi teknologi yang semakin meningkat agar dapat bersaing dengan perusahaan Travel Agent lainnya.

Ketatnya persaingan di industri pariwisata memaksa Gudeo Experience Indonesia mencari strategi untuk peningkatan *brand awareness* serta strategi pemasaran yang tepat untuk dapat tetap bersaing. Banyaknya bisnis di bidang yang sama serta kompetitor dengan *target market* yang hampir sama seperti sekolah, perusahaan dan instansi menjadi permasalahan yang dihadapi oleh Gudeo Tour.

Maka dari itu Gudeo Tour harus lebih gencar dalam membangun dan mengoptimalkan media sosial Instagram sebagai sarana untuk kegiatan promosi dan meningkatkan *brand awareness* karena hal ini yang sangat penting bagi sebuah *brand* atau perusahaan. Dengan memiliki *brand awareness* yang baik, perusahaan dapat memiliki kredibilitas dan membangun rasa loyalitas di antara konsumennya.

Berdasarkan hasil wawancara pra-survey yang sudah dilakukan dengan Tour Konsultan perusahaan Gudeo Tour menyebutkan bahwa media promosi yang pernah digunakan oleh Gudeo Tour yaitu *google ads*, media cetak seperti brosur, banner dan *flyers*. Namun hal itu dirasa kurang cukup untuk dapat memperkenalkan *brand* dari perusahaan. Oleh karenanya Gudeo Tour mulai beralih dan memanfaatkan teknologi internet dan *social media marketing* dengan menggunakan Instagram untuk melakukan promosi dan penjualan.

Sebagai alat teknologi yang paling banyak digunakan saat ini, media sosial adalah wadah yang baik untuk dapat membangun dan mengembangkan *brand awareness* di tengah masyarakat luas. Dengan meningkatnya pengguna internet, informasi yang disebarkan menjadi efektif dan efisien. Hal ini yang menjadikan para konsumen lebih cenderung untuk bersosialisasi melalui internet, karena memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk bersosialisasi tanpa terhalang batasan waktu, lokasi dan jarak.

Internet sudah menjadi bagian dari kehidupan bagi sebagian besar penduduk dunia. Mulai dari urusan mencari informasi, bekerja, belanja maupun bersosial media untuk menyapa teman, kerabat maupun keluarga. Berdasarkan data *internetworldstats* (2021) pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa pada Maret 2021. Dengan jumlah tersebut, Indonesia berada di urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia (databoks, 2021).

Gudeo Tour merupakan perusahaan Travel Agent yang baru merintis, Maka dari itu keinginan dan harapan dari perusahaan ini salah satunya yaitu ingin memberitahu kepada konsumen bahwa Gudeo Tour siap melayani serta

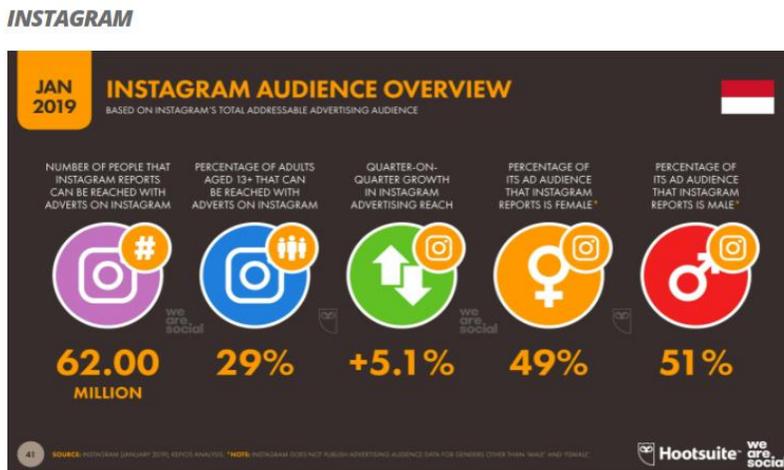
memberikan jasa perjalanan yang menarik dan tentunya dapat bersaing. Dalam hal ini Gudeo Tour ingin memberitahu pasar yang tadinya tidak mengetahui perusahaan ini dengan cara meningkatkan *brand awareness* dan strategi promosi dengan menggunakan Instagram @gudeo.tour sebagai media promosi dan penjualan.

Instagram adalah salah satu aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video (Rahmawati, 2020). Pada saat ini media Instagram sudah berkembang sebagai sarana para pengusaha untuk mengkomunikasikan produknya melalui kegiatan promosi dengan menggunakan aplikasi Instagram. Sebuah studi yang sudah dilakukan oleh *Simply Measured* mengungkapkan bahwa sebanyak 54 persen perusahaan dengan merek ternama telah menggunakan Instagram untuk media promosi.

Hal ini merangsang perusahaan seperti Gudeo Tour untuk dapat memasarkan produk mereka ke Instagram, perusahaan ini juga memilih menggunakan media Instagram untuk mempromosikan usaha mereka dengan alasan mudahnya untuk menawarkan usaha mereka kepada masyarakat (Kurnianto, 2020). Selain itu juga, media Instagram menjadi media yang sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia, sehingga penggunaan sosial media Instagram untuk mempromosikan usaha sebuah perusahaan akan bisa lebih mudah jika didukung dengan faktor lainnya. Survey penggunaan media Instagram di Indonesia sebagai berikut:

## GAMBAR 1

### JUMLAH PENGGUNA INSTAGRAM DI INDONESIA



(Sumber : (websindo, 2019))

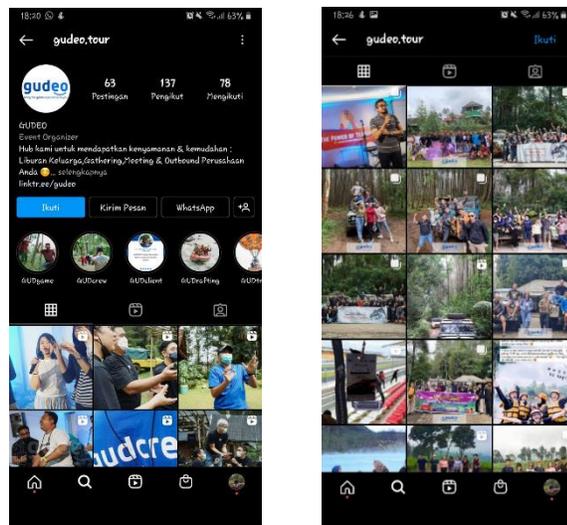
Dari banyaknya jenis media sosial seperti Facebook, Youtube, Linked In, Tiktok dan lain-lain, Instagram adalah media sosial yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk digunakan sebagai media pemasaran. Dengan tingginya angka pengguna Instagram di Indonesia memunculkan sebuah peluang bagi Gudeo Tour untuk menjadikan media sosial Instagram sebagai salah satu dari media pemasaran yang mudah dan luas penyebarannya.

Namun tidak semudah yang dibayangkan perusahaan Gudeo Tour untuk bersaing dengan Travel Agent lainnya karena perusahaan memiliki beberapa kendala pada akun Instagramnya seperti konten yang diunggah kurang menarik perhatian konsumen, *feeds* yang belum rapi, serta informasi reservasi yang belum jelas sehingga masih membingungkan para konsumen yang ingin membeli produknya.

## GAMBAR 2 KONTEN INSTAGRAM GUDEO TOUR



Konten yang diunggah dirasa kurang menarik perhatian dimana dalam gambar diatas tidak adanya proses edit dengan menggunakan template hanya berupa foto kegiatan saja. Maka dari perlunya beberapa ide konten yang akan diunggah seperti dengan menggunakan *template* yang sama, tema yang senada serta menggunakan aplikasi untuk mengedit konten yang akan diunggah. Selain itu juga konten yang diunggah harus bervariasi agar konsumen tidak bosan melihat konten yang diunggah serta dapat menarik perhatian konsumen agar tercapainya tujuan dari perusahaan yaitu ingin dikenal oleh masyarakat luas dengan menggunakan instagram sebagai mediana.



**GAMBAR 3 FEEDS INSTAGRAM GUDEO TOUR**

Dapat dilihat dari gambar diatas *feeds* yang dimiliki oleh akun instagram @gudeo.tour masih tidak rapi serta tidak menarik dengan tidak menggunakan template atau tema. Maka dari itu perlunya perbaikan dari segi perbaikan konten agar dapat menjadikan *feeds* dari instagram @gudeo.tour menjadi rapi dan dapat menarik perhatian konsumen.



Informasi mengenai bagaimana cara melakukan reservasi juga masih dirasa kurang jelas karena tidak adanya informasi yang lengkap untuk melakukan reservasi, maka dari itu informasi pada bio instagram @gudeo.tour harus memberikan informasi bagaimana cara melakukan reservasi agar serta pada setiap

postingan konten alangkah baiknya menyisipkan tata cara atau informasi untuk melakukan reservasi.

Berdasarkan beberapa hal tersebut, Penulis merasa perlu adanya perbaikan konten agar dapat menambah jumlah *followers* dan dapat memberikan hasil yang diharapkan oleh perusahaan Gudeo Tour. Peningkatan jumlah *followers* secara tidak langsung akan memiliki dampak yang cukup baik bagi perusahaan untuk penjualan produk serta meningkatkan *brand awareness* perusahaan. Dengan bertambahnya *followers* Instagram membuat Gudeo Tour dapat lebih dipercaya oleh konsumen atau dirasa memiliki kredibilitas tinggi sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produknya serta dapat menambah jangkauan konsumen yang lebih luas, menguatkan *branding* yang dibuat serta dapat meningkatkan konversi penjualan.

Hsin, et al. (2009) dan Monareh (2012) berpendapat bahwa produsen harus membangun sebuah *brand* juga mempromosikannya melalui promosi penjualan, periklanan, serta kegiatan pemasaran lainnya. Ketika *brand awareness* tinggi, loyalitas pada merek juga akan meningkat.

*Brand Awareness* merupakan tingkat kemampuan konsumen untuk dapat mengenal suatu *brand*/produk yang ditawarkan. Kesadaran merek dibutuhkan karena dari sinilah perusahaan membentuk basis konsumen dan penjualan. Konsumen akan cenderung lebih memilih produk atau jasa dari suatu brand yang dikenalnya dan ini yang menjadikan faktor penjualan meningkat.

Maka dari itu perusahaan Gudeo Tour harus dapat meningkatkan *Brand Awareness* melalui media instagram agar dapat meningkatkan penjualan yang paling penting yaitu dapat dikenali oleh masyarakat luas. Terdapat 4 tahap pengenalan suatu *brand* pada *brand awareness*. Berikut merupakan 4 tingkatan dari *brand awareness*:

- *Top of Mind*

Yaitu tahapan yang paling tertinggi dimana konsumen dapat langsung mengenali sebuah merek ketika ditanya mengenai suatu kategori produk

- *Brand Recall*

Yaitu kemampuan konsumen untuk mengenali nama sebuah brand berdasarkan kategori produk

- *Brand Recognition*

Kemampuan konsumen mengenali sebuah produk ketika diberikan keterangan seperti produk yang ditawarkan, logo ataupun nama perusahaan

- *Unaware Brand*

Merupakan tingkat terendah dimana konsumen tidak mengenal atau mengetahui keadaan suatu merek

*Brand Awareness* mempunyai peran sebagai salah satu faktor customer dalam memilih dan membeli produk. Ketika pelanggan mau memilih untuk membeli produk, biasanya dipengaruhi oleh apa yang pertama kali muncul dibenak konsumen. Hal ini menandakan bahwa produk yang memiliki *brand awareness*

yang tinggi maka akan mudah diingat oleh *customer* dengan dibantu oleh kegiatan promosi yang dilakukan.

Dengan melakukan kegiatan promosi dan pelayanan yang maksimal akan memiliki dampak yang baik dan positif dalam membangun *brand awareness* dengan promosi yang dapat dilakukan melalui media sosial salah satunya yaitu Instagram (Rahmadhani, 2021)

Promosi menjadi suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan (Purnomo,2021). Dalam praktiknya promosi sendiri tidak lepas dari adanya *brand awareness* dimana hal itu memegang peran penting pada proses penyampaian informasi produk dalam rangka meyakinkan dan dapat dikenal oleh calon konsumen.

Maka dari itu secara tidak langsung penggunaan Instagram sebagai sarana media pemasaran termasuk kedalam ruang lingkup promosi pemasaran, dengan memilih media Instagram Gudeo Tour dapat dengan mudahnya untuk memasarkan produk serta dapat meningkatkan penjualan produk serta menciptakan *brand awareness* perusahaan dengan biaya yang tidak terlalu banyak. Dengan menggunakan konsep *design thinking*. *Design thinking* ialah suatu pola pemahaman yang biasanya dipakai untuk dapat memecahkan sebuah *problem* dengan pendekatan yang berorientasi pada manusia. Proses ini akan berjalan lancar jika memiliki kerangka berpikir yang baik.

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana tingkatan kesadaran merek di Gudeo Tour menggunakan media instagram dengan didasari oleh empat dimensi *brand awareness* yaitu *top of mind*, *brand recall*, *brand recognition* dan *unaware brand* dalam proyek akhir diploma IV dengan judul “**OPTIMALISASI MEDIA INSTAGRAM TERHADAP BRAND AWARENESS DI GUDEO TRAVEL BANDUNG**”

## **B. Fokus Penelitian**

Dengan tingginya angka pengguna Instagram di Indonesia memunculkan sebuah peluang bagi Gudeo Tour untuk menjadikan media sosial Instagram sebagai salah satu dari media pemasaran yang mudah dan luas penyebarannya.

Namun tidak semudah yang dibayangkan perusahaan Gudeo Tour karena perusahaan memiliki beberapa kendala pada akun Instagramnya seperti konten yang diunggah kurang menarik perhatian konsumen, *feeds* yang belum rapi, serta informasi reservasi yang belum jelas sehingga masih membingungkan para konsumen yang ingin membeli produknya. Dengan menggunakan konsep *design thinking* yang diharapkan mampu untuk membantu membuat konten yang menarik.

Brand Awareness merupakan tingkat kemampuan konsumen untuk dapat mengenal suatu brand/produk yang ditawarkan. Maka dari itu perusahaan Gudeo Tour harus dapat meningkatkan Brand Awareness melalui media instagram agar dapat meningkatkan penjualan dan yang paling penting yaitu dapat dikenali oleh masyarakat luas.

### **C. Tujuan Penelitian**

#### 1. Tujuan Formal

Secara formal, penelitian ini bertujuan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar S.Tr. Par dalam program pendidikan (D4) Diploma IV jurusan Perjalanan Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

#### 2. Tujuan Operasional

- a. Untuk dapat mengoptimalkan media Instagram Gudeo Tour sebagai media promosi dan meningkatkan *brand awareness*.
- b. Untuk mengetahui kekurangan yang dimiliki Gudeo Tour terkait media Instagram
- c. Untuk meningkatkan *Brand Awareness* pada Gudeo Tour.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat untuk Perusahaan

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk bahan informasi serta masukan bagi perusahaan dalam rangka meningkatkan *brand awareness*.

## 2. Manfaat untuk mahasiswa

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan mahasiswa akan mengenal lebih dalam mengenai permasalahan yang didapatkan selama melakukan penelitian serta dapat menjadi pembelajaran juga bahwa pentingnya *brand awareness* bagi sebuah perusahaan agar dapat bersaing dipasaran.

## 3. Manfaat untuk penulis lanjutan

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dengan bentuk Proyek Akhir serta dapat bermanfaat sebagai bahan untuk menambah wawasan pengetahuan serta menyempurnakannya dalam mempelajari bagaimana cara meningkatkan dan apa pengaruh menjalankan promosi supaya tercapainya tujuan yaitu meningkatkan *brand awareness*.