

## BAB I

### PENDAHULUAN

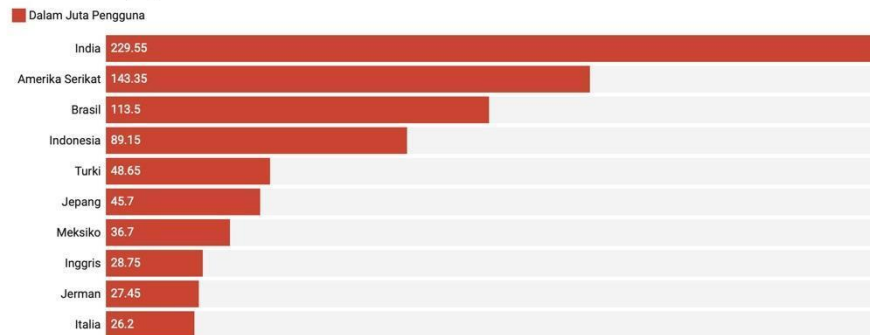
#### A. Latar Belakang Penelitian

Pada tahun 2022, pengguna aktif bulanan Instagram mencapai 2 miliar pengguna (Meta Platform Inc). sedangkan, di Indonesia sendiri terdapat 99,9 juta pengguna aktif bulanan di Instagram (We Are Sosial, 2021). Bersamaan dengan pertumbuhan pengguna aktif Instagram. Maka, tidak heran platform Instagram kerap kali digunakan sebagai media pemasaran berbagai industri, salah satunya industri Pariwisata. Setelah beberapa *Social media network* seperti Facebook, Twitter dan Instagram hadir pada tahun 2010 kemudian pada tahun 2014 Instagram telah berhasil menarik sebanyak 150 Juta pengguna (Hue & Yazdanifard, 2014). Dimana situs media digital Instagram tidak hanya digunakan sebagai platform untuk memperluas *networking* secara pribadi, tetapi kini Instagram dijadikan platform bagi pelaku *marketing* untuk menjalin interaksi dengan pelanggan yang berpotensi (Blackman, 2009). Maka sosial media, terutama Instagram sendiri berpotensi dalam pengaruh *digital marketing*.

Gambar 1 Jumlah Pengguna Instagram terbanyak di Dunia

### Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia

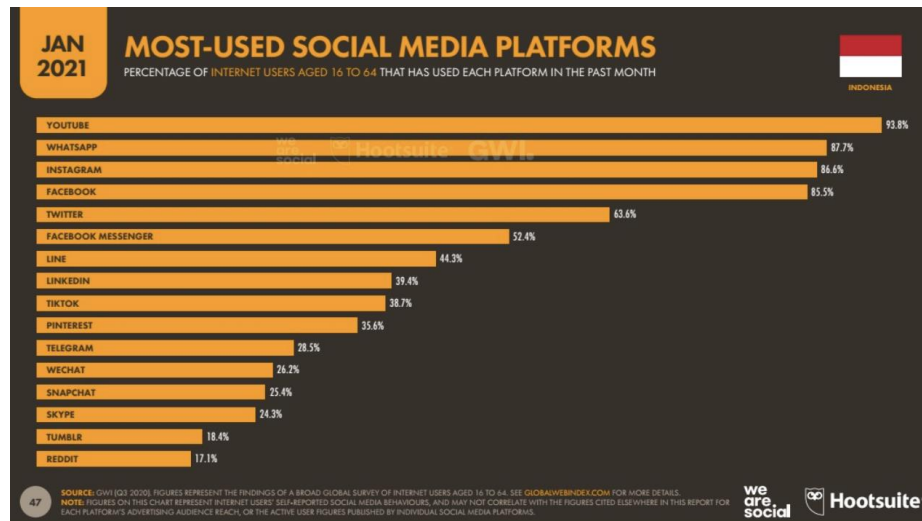
\*Berdasarkan data yang dirilis Januari 2023



(Sumber: <https://www.cnbcindonesia.com>)

Berdasarkan pada data diatas, pada awal tahun 2023 Pengguna Instagram di Indonesia menempati peringkat ke 4 setelah Brasil dengan jumlah pengguna Instagram yaitu 89,15 Juta pengguna.

Gambar 2 Pengguna Media Sosial Terbanyak di Indonesia



(Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>)

Pengelolaan Digital Marketing dapat dikategorikan berdasarkan manfaat yang digunakan. Dalam peningkatan pengelolaan *Digital Marketing*, *Marketers*

perlu memusatkan konsentrasi pada hubungan pelanggan dengan metode *relationship-based* (Tiago & Verissimo, 2014 dalam Riyadi & Susilo). Instagram dapat membantu suatu perusahaan atau bisnis untuk kegiatan promosi produk maupun layanan (Bevins, 2014). Pemasaran di Instagram menjadi cara efektif untuk mempromosikan sebuah produk maupun layanan karena ada perkataan bahwa gambar berbicara seribu kata (Lim & Yazdanifard 2014). Penting untuk disadari bahwa hasil yang baik dari pengoptimalisasian instagram memerlukan usaha dan konsep strategi yang tepat.

Pemasaran adalah metode yang sudah ditingkatkan menjadi lebih baik berdasarkan peraturan dan persyaratan untuk mempromosikan dan menjual produk serta pelayanan (Saravanakumar & Lakshmi, 2012). Tidak seperti pemasaran zaman dahulu yang menggunakan media iklan pada televisi maupun iklan pada kertas surat kabar harian (Koran), pada zaman sekarang manusia tidak lagi bisa dipisahkan dengan teknologi terutama media dan pelayanan daring. Munculnya teknologi yang baru tidak hanya berpengaruh pada gaya hidup manusia saat ini tetapi, mempengaruhi pemasaran dimana hal ini melahirkan strategi pemasaran yang baru untuk penyedia pelayanan pemasaran untuk mempromosikan dan menjual produk mereka. Seiring berkembangnya dan populernya sosial media, penyedia pelayanan pemasaran harus dapat dengan cepat untuk beradaptasi pada *social networking* dengan tujuan untuk dapat berinteraksi dengan pelanggan (Fanning, n.d dalam Huey & Yazdanifard, 2014).

Sosial media *marketing* adalah salah satu bentuk dari pemasaran yang dianggap penting oleh B2B dan B2C marketer. Report terbaru menyatakan bahwa 90% dari marketer merasa sosial media sangat penting untuk inisiatif pemasaran baik bisnis besar atau kecil, B2B atau B2C, sebagian besar bisnis mengakui bahwa pemasaran sosial media dirasa harus diintegrasikan dalam rencana pemasaran (Tuten & Solomon 2017). Sosial media marketing adalah sebuah aspek dari digital marketing yang memiliki fokus dalam memahami dan menarik minat pembeli melalui penggunaan sosial media (Heinze & Rashid, 2016). Salah satu media sosial yang banyak dipergunakan sebagai media pemasaran adalah Instagram.

Instagram menjadi salah satu sosial media yang merekonstruksi ide dan idealistis yang memiliki keterkaitan dengan cara interaksi yang terjadi antara brand dan pelanggan di abad ke-21 ini. Brand diharapkan dapat berkomunikasi dengan pelanggan melalui penggunaan visual yang merupakan tantangan untuk pemasaran yang efektif (Robertson, 2018). Instagram merupakan sosial media yang membantu brand untuk mempromosikan layanannya (Bevins, 2014). Instagram menerapkan strategi berbasis visual dimana hal ini membuat Instagram berbeda dari sosial media lainnya (Hird, 2013 dalam Huey 2014).

Sebelum membuat dan mengoptimisasikan instagram, perlu diketahui terlebih dahulu goals yang akan dicapai dengan *digital marketing*. Selain itu, social media mempermudah *marketer* untuk dapat memahami pelanggan (Squarespace 2018). Dalam kasus pada Instagram, *marketer* dapat mendapatkan feedback melalui komentar yang ditinggalkan oleh pelanggan

dimana marketer mudah mendapatkannya melalui postingan di Instagram mengenai produk tersebut. Pengguna Instagram biasanya senang untuk melihat interaksi antara organisasi dan pengguna lainnya, dengan adanya hal tersebut membantu meningkatkan hubungan dengan pelanggan (Dennis, 2014 dalam Lim & Yazdanifard 2014).

Pura Tirta Empul adalah salah satu Pura suci umat Hindu yang terletak di desa Manukaya, kecamatan Tampaksiring, kabupaten Gianyar. Terdapat keunikan dalam arsitektur di dalam Pura Tirta Empul dimana terdapat mata air suci dalam Pura Tirta Empul dimana mata air suci tersebut dijadikan daya tarik tersendiri untuk wisatawan yang berkunjung, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik maupun lokal. Pura Tirta Empul pertama kali ditemukan pada masa dinasti Warmadewa sekitar abad 10-14 pada sekitar tahun 926 Masehi. Nama Pura Tirta Empul berasal dari nama sumber mata airnya yang bernama "Tirta Empul". Banyak mitos yang beredar di masyarakat Bali tentang asal muasal Tirta Empul. Pura Tirta Empul memiliki keunikan utama yaitu mata air suci alam yang berada di dalam pekarangan pura dimana biasanya umat Hindu menggunakan air mata air ini dengan keyakinan untuk mengembalikan kesucian dari diri, mensucikan berbagai benda pusaka dan sebagai Tirta dalam berbagai upacara adat umat hindu. Dewa yang disembah di Pura Tirta Empul adalah Dewa Indra. Tirta Empul memiliki arti mata air suci yang keluar secara alami dari bumi. Kemudian, karena adanya air mata suci tersebut dibangun sebuah pura di sekitar mata air untuk memuja dewa Indra yang dikenal dengan Pura Tirta Empul. Terdapat dua kolam besar dengan

beberapa air pancuran suci di dalam kompleks candi Pura Tirta Empul. Namun, tidak semua orang mengetahui tentang Pura Tirta Empul terutama orang yang bukan berasal dari Bali dikarenakan kurangnya informasi yang bisa diakses secara cepat mengenai Pura Tirta Empul. Maka dari itu perlu adanya strategi pemasaran yang mampu mengenalkan Pura Tirta Empul kepada wisatawan luas.



Tabel diatas menunjukkan bahwa Pura Tirta Empul merupakan objek wisata utama di Kabupaten Gianyar karena dapat dilihat dari paling banyaknya angka kunjungan. Berdasarkan penuturan pengelola Pura Tirta Empul menyatakan bahwa target pasar mereka adalah generasi Millennial dan generasi Z dan mereka paling aktif menggunakan Instagram sebagai media Informasi maupun pemasaran. Pengelola menilai Instagram lebih mudah untuk digunakan dan dikelola. Gen Millennial dan Gen Z menggunakan Instagram paling sering daripada platform sosial media lainnya. Dimana dalam penelitian terbaru menyatakan bahwa 60% pengguna instagram berusia 18-29 tahun. Maka, Instagram bisa menjadi media pemasaran digital bagi generasi Millennial (Business.com, 2022).

Gambar 3 Demografi Pengguna media sosial Facebook, Instagram dan LinkedIn

		<i>% of U.S. adults in each demographic group who say they ever use ...</i>		
		<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>	<b>LinkedIn</b>
<b>Facebook</b> <b>Instagram</b> <b>LinkedIn</b>	Total	69%	40%	28%
	Men	61%	36%	31%
	Women	77%	44%	26%
	Ages 18-29	70%	71%	30%
Twitter Pinterest Snapchat				
YouTube WhatsApp Reddit				
TikTok Nextdoor				

(Sumber: <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/>)

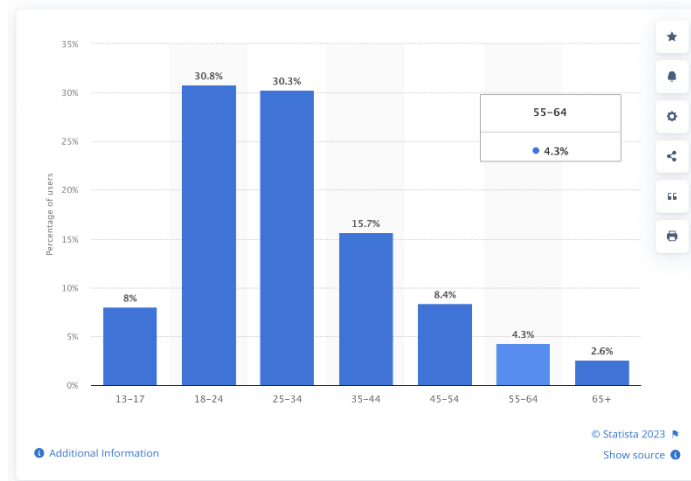
Berdasarkan data per January 2023, usia dari pengguna sosial media Instagram secara besar di seluruh dunia yang berusia 18 sampai 24 tahun



dimana mereka disebut gen millennial adalah sebesar 30.8% (Statista.com, 2023).

Gambar 4 Pengguna Instagram di Dunia Periode Januari 2023

Distribution of Instagram users worldwide as of January 2023,



(Sumber: <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>)

Atas penjelasan tersebut diatas, bahwa meneliti mengenai *Instagram Marketing Strategy* penting untuk dilakukan di Pura Tirta Empul agar meningkatkan dan mengoptimalkan pemasaran.

Dalam penggunaan sosial media Instagram, sebenarnya Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar sendiri sudah memiliki akun Instagram yaitu @gianyar\_tourism yang menjadi media mereka untuk mengunggah kegiatan, poster acara maupun promosi destinasi pariwisatanya. Namun, penggunaannya tidak terlalu dominan ke promosi destinasi pariwisata maupun informasi terkait dengan destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Gianyar yang menjuru tetapi banyak dari unggahan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pegawai di Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar.

## **B. Fokus Penelitian**

Penjelasan dalam latar belakang menjelaskan masalah terkait pengembangan sosial media Instagram sebagai strategi perencanaan digital marketing sebagai sebuah platform resmi bagi destinasi Pura Tirta Empul yang terletak di Kabupaten Gianyar, Bali dengan fokus penelitian yaitu:

1. Menentukan Tujuan yang jelas
2. Membangun brand yang kuat beserta optimalisasinya.
3. Pemanajemenan akun instagram.
4. Membangun dan menarik followers Instagram.
5. Tools tambahan untuk Instagram
6. Instagram Live.
7. Memposisikan pengikut menjadi customers.

## **C. Tujuan Penelitian**

Pada tujuan penelitian ini terdapat dua tujuan yaitu tujuan formal dan operasional.

### **1. Tujuan Formal**

Tujuan formal penelitian ini yaitu untuk memenuhi program penyusunan proyek akhir sebagai syarat kelulusan perkuliahan Diploma IV di Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

### **2. Tujuan Operasional**

Tujuan operasional penelitian ini adalah memberikan rekomendasi kepada pengelola Pura Tirta Empul mengenai *Instagram Marketing Strategy* guna optimalisasi pemasaran menggunakan media digital.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan pada penelitian ini adalah penerapan dari konsep penelitian dari beberapa poin harus diterapkan setelah berkembangnya akun sosial media Instagram untuk Pura Tirta Empul.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa rekomendasi rencana strategi sosial media Instagram sebagai media pemasaran digital resmi Pura Tirta Empul, Kabupaten Gianyar, Bali.