

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Salah satu efek yang muncul dari perkembangan dunia baru saat ini yakni media sosial (medsos). Media sosial yakni bentuk internet yang memungkinkan pemakai menampilkan diri, berkolaborasi dengan orang lain, berbagi informasi, serta secara virtual membentuk ikatan sosial (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2016). Maka dari itu, orang dapat terhubung secara langsung melalui internet dengan perkembangan media sosial saat ini sangat berbanding lurus melalui pergerakan teknologi komunikasi. Instagram saat ini selaku wujud aplikasi medsos yang paling banyak dipakai guna media promosi. Salah satu aplikasi yang saat ini masuk dalam perkembangan internet yakni medsos Instagram, salah satu yang tergolong media yang banyak dipakai guna publik dimasa kini yaitu media sosial Instagram. Fenomena ini dibuktikan dengan pengguna media sosial Instagram meningkat setiap tahunnya. Instagram mengumumkan pada April 2017 kalau pemakai aktif bulannya telah meningkat menjadi sekitar 800 juta, melampaui tahun sebelumnya (Yusuf, 2017). Saat ini Instagram sedang berada di urutan ke empat *most active social media platform* dengan 80% pengguna aktif setelah *Youtube, Whatsapp dan Facebook*.

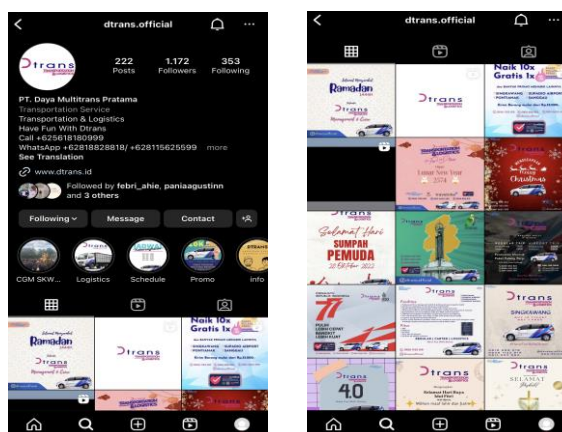
Dalam memanfaatkan pemasaran melalui cara digital, menurut Sam Atkitson (2014) pemasaran dalam promosi media sosial dapat memakai metode AIDA (*Attention, Interest, Desire dan Action*) yang dimana teori ini adalah

dasar praktik pemasaran dan periklanan yang modern untuk saat ini. Model AIDA terdiri dari *attention* (perhatian) fase yang dimana bisnis berhasil menarik perhatian konsumen, *interest* (minat) yaitu calon konsumen mulai tertarik dengan produk yang ditawarkan, *desire* (keinginan) yaitu calon customer benar – benar ingin membeli produk yang ditawarkan oleh bisnis dan *action* (tindakan) yaitu fase dimana calon konsumen sudah beralih menjadi konsumen dikarena mereka berhasil melakukan pembelian.

Aplikasi Instagram bisa dipakai selaku wujud media promosi guna suatu perusahaan. Pengguna aplikasi Instagram sebagai media promosi, salah satunya adalah PT. Daya Multitrans Pratama yang dikenal dengan nama Travel DTrans yang bergerak dibidang jasa transportasi angkutan orang antar kota yang bertujuan sebagai solusi transportasi antar kota khususnya masyarakat Kalimantan Barat. Aplikasi Instagram yang digunakan oleh perusahaan Travel DTrans tersebut masih dapat terbilang belum dapat memberikan informasi tentang jasa yang di jual oleh pihak perusahaan Travel DTrans itu sendiri dikarenakan masih sangat kurangnya promosi yang di lakukan oleh perusahaan Travel Dtrans tersebut. Isi dari profil sosial media Instagram @dtrans.official juga masih sangat minim dalam memberikan informasi mengenai jadwal keberangkatan, fasilitas, rute dan lainnya.

Berikut merupakan gambar akun sosial media Travel DTrans :

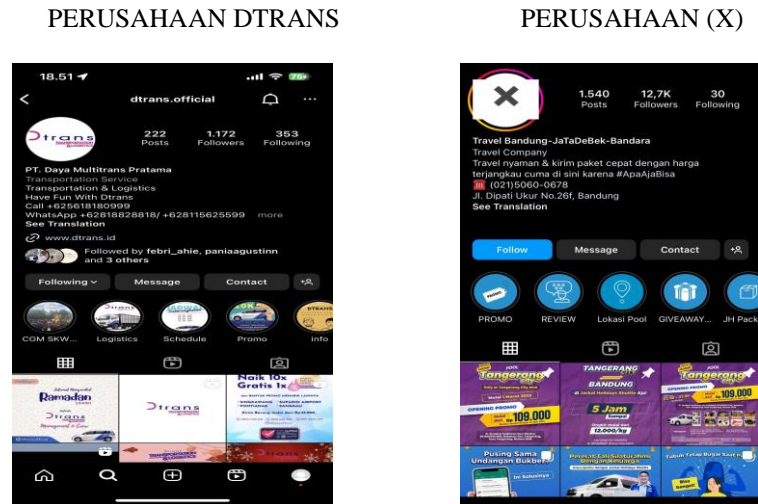
### GAMBAR 1 POSTINGAN INSTAGRAM @DTRANS.OFFICIAL MENGENAI INFORMASI PERUSAHAAN



Sumber: Instagram @dtrans.official

Berdasarkan gambar di atas, akun instagram @dtrans.official telah beroperasi selama 5 tahun, dengan sebanyak 222 postingan, pengikut sebanyak 1.172 akun dan mengikuti sebanyak 353 akun Instagram (per tanggal 01 April 2023). Bila di sandingkan dengan akun media sosial Instagram perusahaan X yang dimana perusahaan X tersebut adalah wujud asosiasi Travel yang besar di Indonesia dan pula memiliki sosial media yang lebih aktif ditandai dengan konten yang lebih beragam dan isi yang lebih informatif. Hal ini selaku pandangan asosiasi DTrans bisa memberikan informasi yang lebih baik dan informatif seperti perusahaan X tersebut. Berikut adalah gambar perbandingan dari Perusahaan DTrans dan perusahaan Travel X.

**GAMBAR 2**  
**AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**  
**@DTRANS.OFFICIAL DAN PERUSAHAAN (X)**



Sumber : Instagram @dtrans.official & Perusahaan (X)

Dari paparan uraian diatas, penulis bermaksud untuk mengangkat masalah ini sebagai bahan penyusunan Proyek Akhir melalui judul “ PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI WADAH PROMOSI TRAVEL DTRANS DI KABUPATEN SANGGAU, KALIMANTAN BARAT “

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis mendapatkan rumusan masalah mengenai peranan pemakai media sosial khususnya medsos Instagram selaku Wadah Promosi Travel DTrans di Kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat.

Berdasarkan rumusan masalah di atas terdapat 4 identifikasi masalah yang peneliti ambil, yaitu :

1. Bagaimana dimensi *Attention* pada media sosial Instagram Travel Dtrans di kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat ?
2. Bagaimana dimensi *Interest* pada media sosial Instagram Travel Dtrans di kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat ?
3. Bagaimana dimensi *Desire* pada media sosial Instagram Travel Dtrans di kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat ?
4. Bagaimana dimensi *Action* pada media sosial Instagram Travel Dtrans di kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat ?

## C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memiliki tujuan umum serta tujuan khusus yakni :

### 1. Tujuan Formal

Alasan ujian ini menjadi salah satu kebutuhan guna menuntaskan konsentrasi pada program Sertifikat IV, pada program konsentrasi Bisnis Gerakan, Divisi Perjalanan, NHI Bandung Politeknik industri perjalanan.

### 2. Tujuan Operasional

Tujuan Operasional penelitian ini yakni :

- a. Untuk mengetahui *attention* pada penggunaan media sosial Instagram di Travel DTrans
- b. Untuk mengetahui tertariknya minat pembeli melalui media sosial Instagram di Travel DTrans
- c. Untuk mengetahui apakah customer menginginkan produk yang di tawarkan melalui Media Sosial Instagram Travel DTrans
- d. Untuk mengetahui seberapa banyak customer yang menggunakan jasa Travel DTrans lewat Media Sosial Instagram

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan guna mengembangkan pengetahuan mengenai pemanfaatan Instagram pada bidang marketing yang berkaitan dengan media sosial.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat diharapkan untuk memberikan manfaat bagi penulis dan bagi asosiasi Travel DTrans dalam mengembangkan kualitas pemakaian media sosial Instagram selaku media informasi dalam mempromosikan *product* yang dijual.

##### 3. Manfaat Industri

Penelitian ini dapat diharapkan untuk memberikan manfaat bagi Perusahaan Travel DTrans Kabupaten Sanggau sebagai saran dan rekomendasi dalam menggunakan bauran promosi untuk dijadikan bahan evaluasi dalam kegiatan promosi yang hendak mendatang.