

BAB I

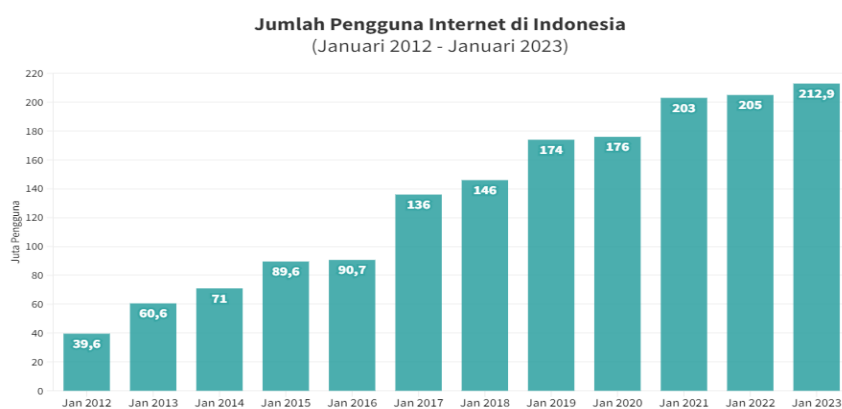
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Revolusi penggunaan Internet, kemunculan dari suatu hal yang saat ini sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia. Penggunaan akan internet memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam begitu banyak aspek dalam hidup, contohnya saja adalah pencarian informasi. Segala bentuk informasi dapat dicari dan ditemukan oleh siapapun darimana pun dengan bermodalkan *device* seperti *handphone* ataupun *laptop* dan juga koneksi internet. Hal ini tentunya dimanfaatkan oleh berbagai Industri dalam sebagai salah satu bentuk pemasaran yang mampu menjangkau lebih banyak calon pembeli nya. Indonesia sebagai salah satu negara dengan penduduk terbesar di dunia tentunya sangat menyumbang peningkatan ini.

GAMBAR 1

JUMLAH PENGGUNA AKTIF INTERNET DI INDONESIA



Sumber: Data Indonesia, 2023

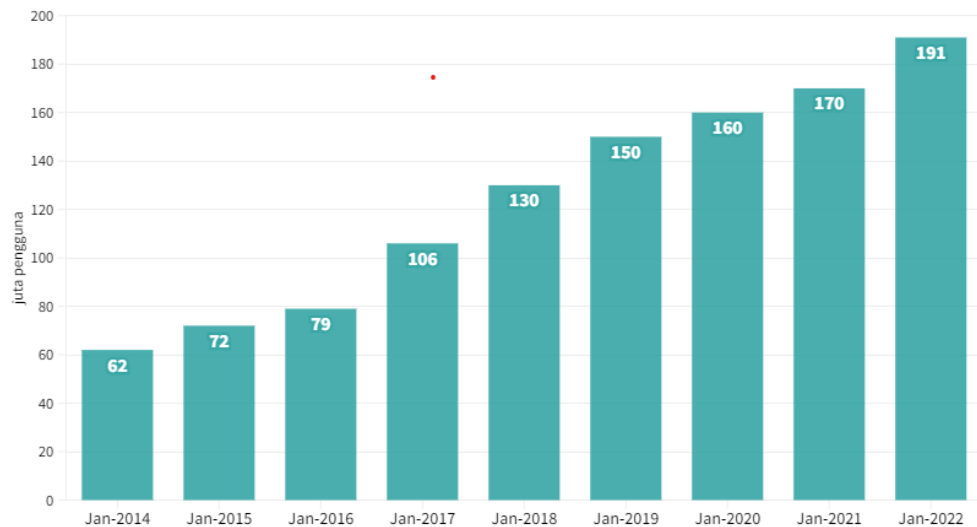
Berdasarkan gambar diatas dapat kita lihat kalau pengguna internet di indonesia mengalami kenaikan yang signifikan di setiap tahunnya dan diperkirakan akan terus bertambah seiring berjalannya waktu. Pada gambar diatas juga terlihat terjadi kenaikan pada jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 3,85 % dari januari 2022 – januari 2023. Dilansir dari dataindonesia.id bahwa rata rata penduduk indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit, hal ini membuktikan bahwa penggunaan internet telah menjadi hal yang sangat erat kaitannya dengan kehidupan penduduk.

Potensi yang dihasilkan dari penggunaan internet ini tentunya dimanfaatkan oleh setiap industri khususnya sebagai salah satu dari media pemasaran dan promosinya. Definisi, metode, dan bentuk pemasaran terus berubah. Definisi pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016) adalah proses individu atau masyarakat mendapatkan hal yang dibutuhkan dan diinginkan melalui proses pembuatan, penawaran, serta dengan bebas melakukan pertukaran produk juga pelayanan dari nilai dengan yang lainnya. Pemasaran menjadi salah satu aspek yang penting bagi sebuah industri untuk keberlangsungan serta mendukung penjualan dari produk atau jasa yang dijual. Salah satu aspek dari bauran pemasaran yang merasakan manfaat secara langsung dari maraknya penggunaan internet yaitu adalah Promosi. Kegiatan promosi yang digunakan oleh suatu Industri tentunya dilakukan untuk mengkomunikasikan nilai suatu produk yang dijual kepada pelanggannya

dengan sifat persuasif dan membangun hubungan dengan pelanggannya tersebut (Kotler dan Armstrong, 2012).

Instrumen promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan penggunaan dari internet contohnya adalah media sosial. Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial adalah kumpulan dari berbagai perangkat lunak yang memiliki fungsi untuk menjadi wadah untuk berkumpul, berkomunikasi dan berbagi antar individu maupun komunitas. Tentunya kalau kita melihat dari data yang telah diberikan sebelumnya bahwa pengguna Indonesia yang begitu banyak menggunakan internet menjadikan media sosial sebagai salah satu bentuk promosi yang dinilai mampu memberikan informasi mengenai produk yang dijual dengan jangkauan yang begitu luas.

GAMBAR 2
JUMLAH PENGGUNA AKTIF MEDIA SOSIAL DI INDONESIA

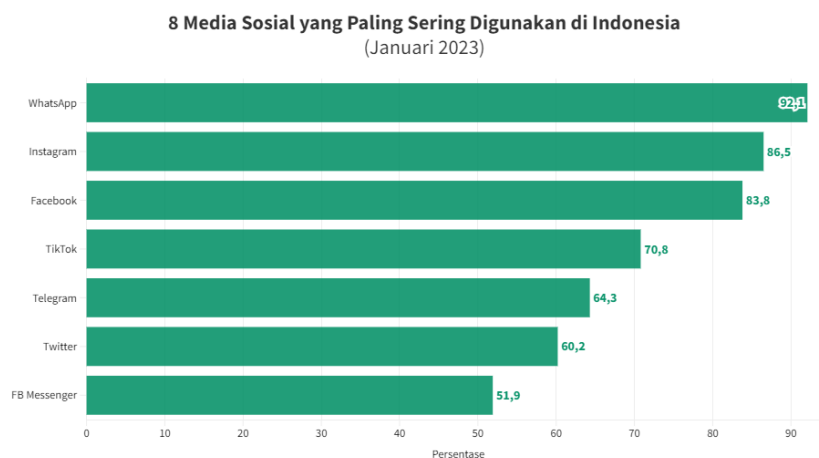


Sumber: Data Indonesia, 2022

Dilihat dari Gambar 2, terlihat jumlah aktif pengguna media sosial setiap tahunnya mengalami peningkatan hingga di tahun 2022 tercatat sebanyak 191.000.000 pengguna aktif dari media sosial. Hal ini membuat pemasaran digital menggunakan media sosial semakin banyak diminati karena sejalan dengan data diatas semakin banyak pengguna aktif dari media sosial maka akan semakin luas jangkauan yang bisa dijangkau oleh tim pemasaran untuk melakukan penyebaran informasi mengenai produk dan penawaran yang ditawarkan sehingga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan tamu untuk membeli produk dan jasa yang dikeluarkan oleh suatu industri.

GAMBAR 3

MEDIA SOSIAL YANG PALING SERING DI GUNAKAN



Sumber: Data Indonesia, 2022

Instagram adalah salah satu media sosial yang paling populer di Indonesia yang memiliki jumlah pengguna sekitar 106,72 juta di Indonesia. Instagram adalah perangkat lunak yang pertama kali diluncurkan pada Oktober

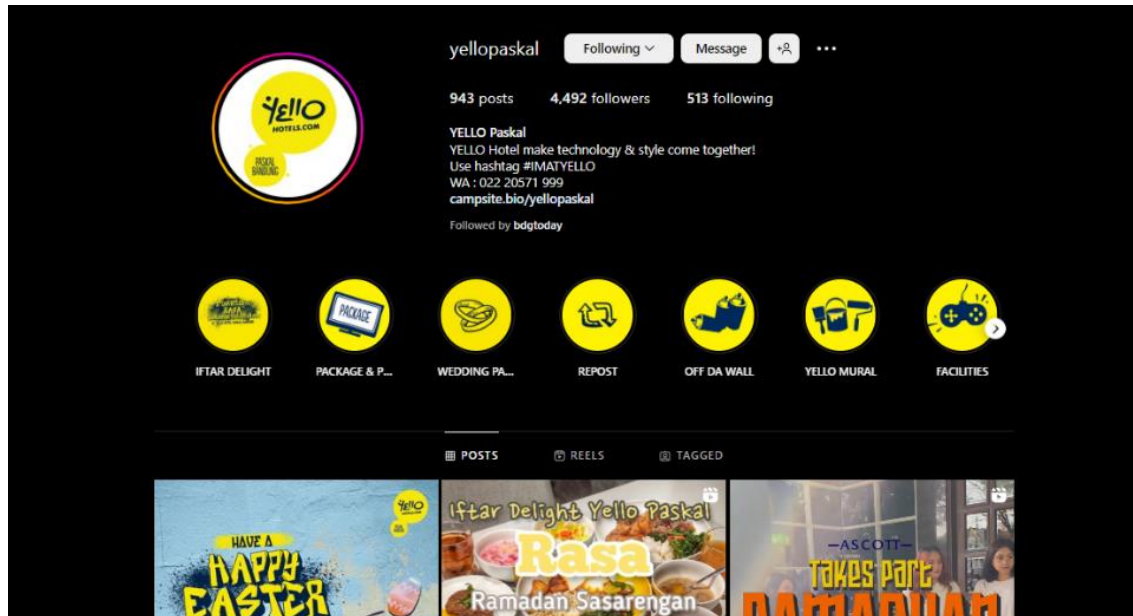
tahun 2010 yang memiliki fungsi untuk aplikasi berbagi momen dan bercerita dalam bentuk fotografi bagi para penggunanya. Tentunya dengan seiring perkembangan dari industri teknologi digital, instagram saat ini telah berkembang pesat menjadi perangkat lunak yang memiliki berbagai macam fitur yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi secara digital.

Yello Hotel Paskal adalah salah satu Hotel Bintang 3 yang berada di pusat kota Bandung yaitu di daerah pasir kaliki yang sangat strategis dan didatangi oleh banyak pengunjung. Hotel yang memiliki jumlah kamar 149 ini dibuka pertama kali pada tanggal 27 April 2018 dan diresmikan pada tanggal 4 Mei 2018. Hotel ini memiliki alamat lengkap di Jl. Pasir Kaliki No.25 Komplek Paskal Hyper Square, Bandung 40181 Indonesia. Hotel yang mengusung tema modern minimalis ditemani dengan berbagai artistik indah yang membuat suasana hotel ini sangat sesuai dan menarik bagi para pengunjungnya. Bersebelahan dengan Mall 23 Paskal Hyper Square yang menjadi salah satu Mall terbesar dan terlengkap di kota Bandung yang berada di komplek 23 Paskal yang berada di pusat kota dan memiliki fasilitas lengkap terutama di wisata kulinernya.

Yello Hotel Paskal adalah hotel yang memanfaatkan penggunaan dari sosial media instagram sebagai salah satu kegiatan promosi yang dilakukan dengan tujuan untuk *brand activation* dari hotel tersebut. Kegiatan promosi dengan menggunakan Instagram yang tidak langsung berhubungan dengan pendapatan hotel tetapi lebih mengedepankan *brand awareness* nya.

GAMBAR 4

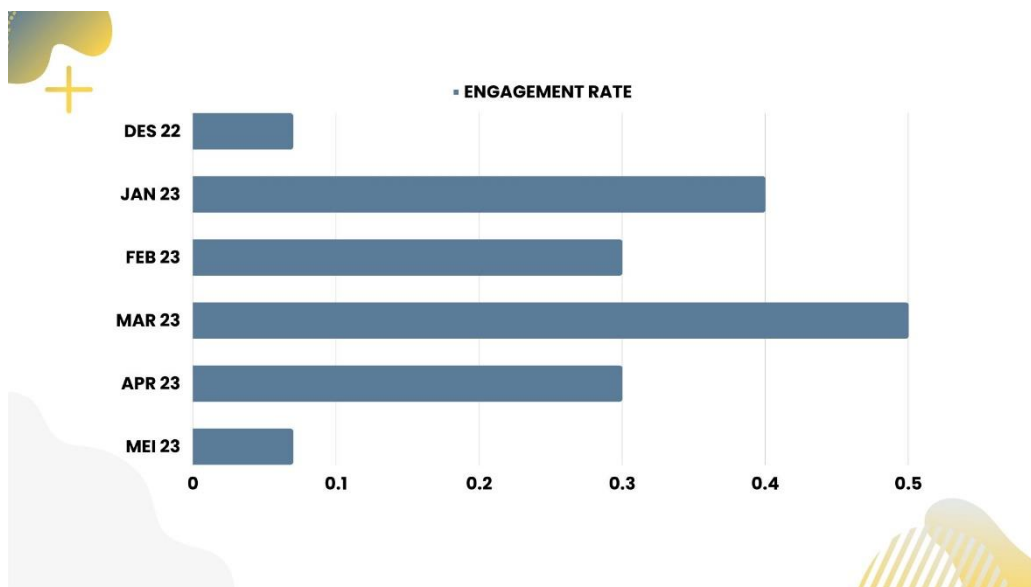
PROFIL INSTAGRAM HOTEL YELLO PASKAL



Sumber: Instagram, 2023

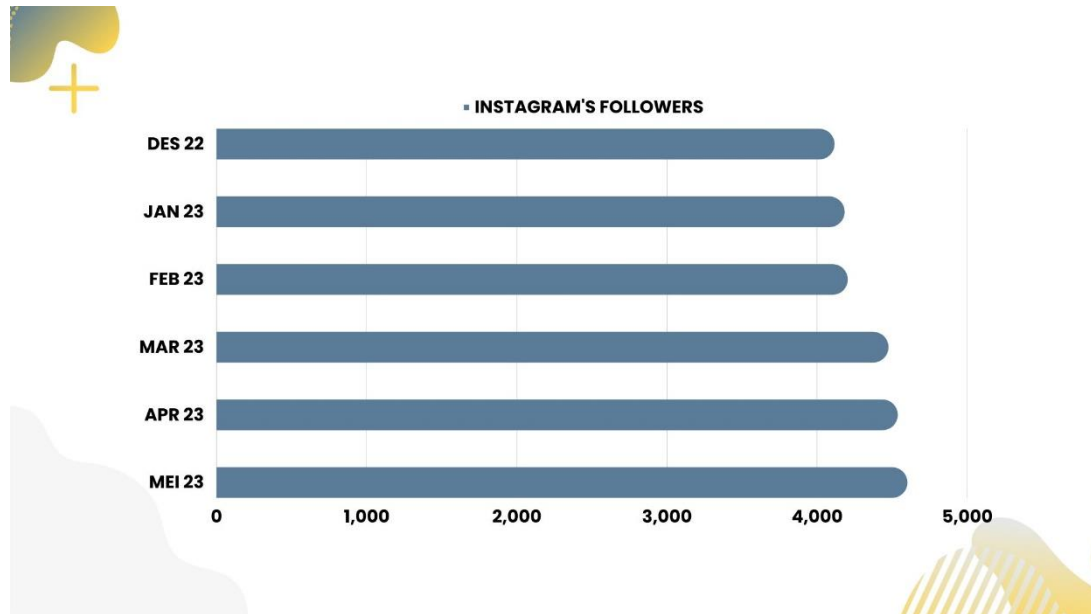
GAMBAR 5

ENGAGEMENT RATE DARI INSTAGRAM YELLO HOTEL



Sumber: Data Hasil Pengolahan, 2023

GAMBAR 6
PENGIKUT NSTAGRAM YELLO HOTEL



Sumber: Data Hasil Pengolahan, 2023

Dapat dilihat dari gambar 5 telah terjadi fluktuasi untuk nilai *engagement rate* yang dihasilkan oleh Instagram Yello Hotel Paskal, Bandung walaupun pada gambar 6 terlihat bahwa terjadinya konsistensi dalam hal peningkatan jumlah pengikut Instagram Yello Hotel.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti berniat untuk melakukan penelitian untuk mencari tahu apakah penggunaan media sosial Instagram yang digunakan oleh Yello Hotel Paskal telah dilakukan secara efektif dan apa yang perlu di optimalkan pada Instagram tersebut dan oleh karena itu peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“OPTIMALISASI PENGGUNAAN INSTAGRAM DI YELLO HOTEL PASKAL, BANDUNG”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan juga data yang telah dijelaskan diatas, berikut adalah fokus penelitian yang akan peneliti lakukan:

1. Bagaimana Pembuatan konten untuk Instagram di Yello Hotel Paskal?
2. Bagaimana Penyebaran konten Instagram di Yello Hotel Paskal?
3. Bagaimana Hubungan komunikasi antara pelanggan dan pihak Yello Hotel dengan menggunakan aplikasi sosial media Instagram?
4. Bagaimana kerja sama yang dibangun antara komunitas dan pihak Yello Hotel dan publikasinya di Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Terdapat beberapa tujuan dari penelitian mengenai analisis kegiatan promosi melalui sosial media Instagram di Yello Hotel Paskal, yaitu:

1. Tujuan Formal

Tujuan formal dari penelitian ini yaitu sebagai syarat kelulusan untuk penyelesaian studi jurusan Hospitaliti dan program studi Diploma IV Pengelolaan Perhotelan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

- a. Untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh dari penggunaan instagram untuk meningkatkan *brand awareness* di Yello Hotel Paskal.

b. untuk memberikan rekomendasi berupa upaya yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan pengaruh dari penggunaan instagram untuk meningkatkan *brand awareness* di Yello Hotel Paskal.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Memperkaya pengetahuan peneliti tentang pemasaran digital menggunakan aplikasi Instagram.

2. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan rekomendasi pada topik penggunaan instagram sebagai media promosi di Yello Hotel Paskal.

3. Bagi Pembaca

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan pembaca khususnya dalam menganalisis Penggunaan Instagram sebagai salah satu media promosi.