

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Karena media baru dan media online menjadi semakin lazim dari waktu ke waktu, setiap jenis bisnis harus beradaptasi untuk mengikuti tren terbaru agar dapat menjalankan strategi pemasarannya secara efektif. Kemajuan teknologi ini juga membantu sektor pariwisata selama masa-masa sulit seperti pandemi. Tidak dapat disangkal bahwa industri pariwisata telah terdampak secara signifikan oleh pembatasan parah yang diberlakukan selama wabah Covid-19.

Menjual barang dan jasa dapat dilakukan dengan sukses dengan menggunakan pemasaran media online. Banyaknya produk dan jasa yang ditawarkan memudahkan pengguna untuk melihat dan memilih. Untuk mempromosikan lokasi pariwisata Indonesia melalui promosi media massa online dan offline, bisnis dapat memanfaatkan iklan digital, teknologi, dan komunikasi untuk menarik wisatawan.

Teknologi digunakan dalam pariwisata saat ini untuk beberapa tujuan, termasuk promosi, berbagi informasi, dan regulasi. Hal ini menyederhanakan dan mempercepat seluruh proses terkait biaya, tenaga kerja, dan waktu. Media sosial dan platform online lainnya, seperti e-tourism, e-commerce, dan e-marketing, merupakan cara yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih besar untuk pengembangan destinasi (Yuliana, 2022).

Pemasaran media online adalah cara efektif untuk menjual barang dan jasa. Pengguna dapat dengan mudah melihat dan memilih berbagai produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan memanfaatkan pemasaran digital, teknologi, dan komunikasi, perusahaan dapat mempromosikan tempat wisata Indonesia melalui iklan di media massa online dan offline untuk menarik wisatawan.

Saat ini, pariwisata melibatkan teknologi dalam berbagai aspek, mulai dari penyebaran informasi dan promosi hingga regulasi. Ini membuat segalanya lebih mudah dan efisien dari segi waktu, biaya, dan tenaga. Contohnya, ada e-tourism, e-commerce, e-marketing, serta sarana promosi dan pengembangan destinasi atau

media sosial lainnya yang secara efektif dapat menjangkau pasar yang lebih luas (Yuliana, 2022).

Memfaatkan platform media sosial populer seperti Instagram dan TikTok, di mana banyak pengguna aktif, adalah salah satu metode pemasaran. Karena banyak orang Indonesia menggunakan TikTok sebagai platform media sosial sehari-hari, Bobobox Indonesia memanfaatkan jaringan tersebut untuk upaya pemasaran digitalnya sendiri. Laporan We are Social menyatakan bahwa pada Januari 2024, terdapat 126,83 juta pengguna TikTok di Indonesia, meningkat 19,1% dari 106,52 juta pengguna yang tercatat dalam tiga bulan sebelumnya.

Seperti yang ada pada akun TikTok @bobobox_id, mereka memiliki beberapa model konten yang diunggah setiap harinya. Konten-konten yang dimiliki akun tersebut berupa informasi mengenai letak wilayah produk mereka, informasi promosi, video animasi pemandangan yang ada pada produk bobocabin mereka di setiap kota, informasi mengenai penggunaan fitur teknologi yang ada pada kabin di bobocabin. Berikut ini beberapa contoh konten yang dimiliki oleh akun TikTok @bobobox_id yang memiliki hashtag Bobocabin.

Periode	Konten	Like	Comment	Save	Share	Pesan
15 Juli 2023		17.2K	126	858	2.904	Konten ini memiliki Isi Pesan Persuasif, Tema Pesan Explore, Tanggapan Positif dalam format Video, dengan pesan mengenai unit Bobocabin Gunung Mas, Puncak Bogor. Mulai dari memperlihatkan fasilitas hingga aktifitas di sana.
5 Oktober 2023		412.8K	573	20.5K	2.153	Konten ini memiliki Isi Pesan Informatif, Tema Pesan Explore, Tanggapan Positif dalam format Video, dengan membahas informasi mengenai tempat penyimpanan alas kaki bagi para pelanggan yang baru pertama kali menginap.
28 April 2023		9.297	256	2.105	2.608	Konten ini memiliki Isi Pesan Entertain, Tema Pesan Explore, Tanggapan Positif dalam format Video, dengan memperlihatkan pemandangan dan juga perjalanan menuju Bobocabin Madasari Pangandaran.
30 April 2023		5.851	154	1.599	1.941	Konten ini memiliki Isi Pesan Entertain, Tema Pesan Explore, Tanggapan Positif dalam format Video, dengan memperlihatkan pemandangan dan fasilitas Bobocabin Madasari Pangandaran.

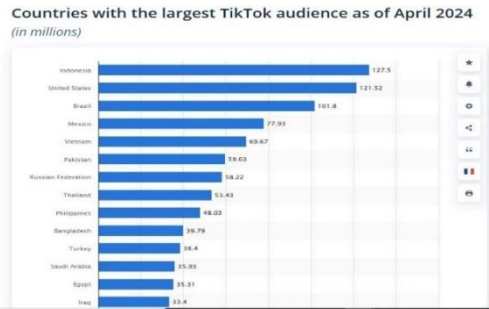
Tabel 1. 1 Konten TikTok Bobocabin

Pada beberapa konten di atas ini merupakan contoh dari konten yang memiliki *engagement* yang paling tinggi pada akun TikTok @bobobox_id yang berfokus pada konten Bobocabin. Konten yang dimiliki oleh Bobocabin sendiri memiliki bentuk focus pada memberikan informasi, tetapi agar lebih menarik mereka mengemas konten mereka dengan beberapa cara dalam menarik perhatian audiens.

Beberapa contoh konten di atas ini cukup banyak memiliki bentuk tanggapan dari para audiens, isi pada kolom komentar mereka berisikan bentuk ketertarikan mereka untuk menginap di salah satu unit Bobocabin setelah diperlihatkannya bentuk fasilitas yang akan didapatkan pada konten mereka. Komentar yang terdapat pada konten di atas ini juga memiliki dalam bentuk testimoni dari para audiens yang sudah memiliki pengalaman menginap di salah satu unit Bobocabin.

Karena TikTok adalah salah satu dari beberapa platform media sosial dan penggunaan media sosial saat ini cukup luas di Indonesia, peneliti tertarik untuk mempelajari topik ini. Pada platform ini sudah banyak yang menggunakan untuk berbagai usaha seperti untuk penjualan dan juga pemasaran, hal tersebut dikarenakan adanya bentuk data yang memberikan informasi bahwa pengguna aplikasi TikTok pada saat ini telah melonjak.

Aplikasi tersebut menambahkan 137 juta pengguna baru, atau 12,6% dibandingkan kuartal sebelumnya (quarter-to-quarter/qtq). Jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya, jumlah pengguna TikTok meningkat sebesar 272 juta, atau 28,8% (year-on-year/yoy). Dalam pengguna aplikasi tersebut terdapat bahwa untuk laki-laki mendominasi pengguna TikTok secara global dengan proporsi 50,8%, sedangkan perempuan sebesar 49,2% (Annur, 2023)



Gambar 1. 1 Data Pengguna TikTok 2024 (Statista.com)

Dengan data di atas tersebut, dapat menjawab mengapa platform TikTok saat ini sedang ramai digunakan sebagai sarana pemasaran. Selain pengguna platform tersebut memiliki angka yang tinggi, akun TikTok sendiri juga sudah cukup untuk memberikan komunikasi yang efisien dalam fitur-fitur yang disediakan. Dalam akun TikTok kita dapat mengunggah konten dalam bentuk video ataupun foto, lalu terdapat kolom komentar yang dapat memberikan komunikasi dua arah dengan para audiens

Dengan adanya kegiatan berlibur ini dapat menunjang bentuk pariwisata yang ada di beberapa wilayah, yang dimana dengan hal tersebut membuat adanya bentuk bisnis atau usaha yang dilakukan. Pariwisata sendiri merupakan salah satu bidang usaha yang dapat menunjang bentuk kemajuan bagi suatu daerah, hal tersebut dikarenakan adanya bentuk kegiatan yang dapat mendatangkan turisme yang akan melakukan bentuk perjalanan ataupun rekreasi ke antar negara ataupun daerah. Bentuk kegiatan usaha pariwisata oleh pemerintah, swasta ataupun masyarakat ini berkeseluruhan untuk memberikan bentuk pelayanan dan mengurus kebutuhan bagi para wisatawan (Dinas Pariwisata, 2016).

Seperti pada artikel yang dimiliki oleh website resmi *Wonderful Indonesia*, bahwa Bobocabin sendiri dapat jadi penguat dari bentuk pariwisata di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan Bobocabin yang berhasil menawarkan bentuk pengalaman pariwisata yang berkualitas dan berkelanjutan (Setiawan, 2023).

Salah satu hal yang dapat menunjang sebuah usaha pariwisata ini sendiri adalah dengan menjual atau menawarkan bentuk kenyamanan bagi para wisatawannya, seperti pada bentuk usaha yang dilakukan oleh Bobobox Indonesia yang merupakan pengelola hotel kapsul waralaba di seluruh Indonesia yang sudah beroperasi pada Juli 2018 silam. Dengan mengusung penginapan dalam bentuk

kapsul yang didesain secara minimalis ini ternyata mengundang perhatian publik dalam memilih bobobox sebagai tempat penginapan yang nyaman bagi para wisatawan ataupun bagi masyarakat yang hanya ingin mencoba merasakan penginapan kapsul ini.

Selain hotel kapsul atau bobopod, bobobox Indonesia juga memiliki produk penginapan baru yaitu bobocabin yang dimana konsep dari penginapan ini sendiri berbeda dengan bobopod. Bobocabin ini memiliki konsep penginapan kabin dengan menjual pengalaman *glamping (glamour camping)* dengan pemandangan alam terbaik dari beberapa sudut kota seperti di pegunungan ataupun di pinggir pantai (Janardana, 2024)

Meskipun berada di tempat yang menyatu dengan alam, bobocabin sendiri juga tetap dilengkapi dengan fasilitas modern lengkap. Dengan menggunakan teknologi *Internet Of Things (IoT)*, pengunjung dapat mengatur segala fitur di dalamnya, seperti jendela pintar, pencahayaan, pintu, dan *speaker audio Bluetooth*, semua dapat dikendalikan langsung melalui layar sentuh. Desain kabin juga sangat unik, dengan jendela besar dan konsep kemping yang ditinggikan, kabin disesuaikan dengan alam sebisa mungkin. Selain itu Bobobox Indonesia sendiri juga menyertakan warga lokal dalam penyediaan tenaga kerja untuk bisa bergabung dalam staf Bobocabin.

Peneliti tertarik untuk meneliti pada Bobobox Indonesia dengan spesifikasi produk yaitu Bobocabin, hal tersebut dikarenakan Bobocabin sendiri yang merupakan salah satu produk inovasi baru dari Bobobox Indonesia. Produk Bobocabin ini sendiri baru beroperasi sejak tahun 2021 dan telah diberikan bentuk apresiasi oleh Wamenparekraf pada tahun 2023, karena Bobocabin dinilai menjadi daya tarik wisatawan dan dapat menjadi peningkat pariwisata di Indonesia.

Dalam penelitian ini mengambil bentuk analisis dengan periode Februari 2023 - Februari 2024. Hal tersebut dikarenakan Bobocabin Indonesia mendapatkan kunjungan dan juga bentuk apresiasi oleh Angela Tanoesoedibjo yang merupakan Wamenparekraf, beliau mengapresiasi bentuk dari inovasi yang telah dilakukan oleh Bobobox Indonesia yaitu Bobocabin yang memberikan pengalaman penginapan yang menyatu dengan alam (Setiawan, 2023).

Dengan begitu peneliti ingin mengetahui bagaimana bentuk pengemasan pesan yang dilakukan oleh Bobobox dalam melakukan pemasaran di media sosial TikTok dari sebelum mendapatkan bentuk apresiasi Wamenparekraf yang diberikan pada bulan Maret 2023, hingga setahun ke depannya. Peneliti hanya menggunakan bentuk visual dalam mengambil data dan penilaian pada konten unit analisis yang digunakan.

Adapun bentuk tinjauan literatur yang digunakan dan dijadikan bentuk referensi dalam penelitian ini. Penelitian pertama berjudul "Membangun Citra Pariwisata Kota Batam Melalui Analisis Konten Instagram @batampromotion". Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif. Bentuk temuan yang dimiliki dalam penelitian terdahulu ini menunjukkan bahwa peneliti memperoleh informasi lengkap mengenai cara pembuatan konten yang dirancang sesuai dengan strategi komunikasi dan bentuk komunikasi yang digunakan melalui media sosial Instagram (Lubis & Rorong, 2023).

Pada penelitian terdahulu yang kedua berjudul "Pengemasan Pesan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata di Akun TikTok @Kemenparekraf (Analisis Isi Kualitatif pada Konten AKI, KATA, ADWI Periode Desember 2021 – Oktober 2022)". Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berfokus pada edukasi, disampaikan dalam bentuk video, dan mendapat tanggapan positif (Putri, 2022).

Penelitian terdahulu yang ketiga ini berjudul "Representasi Pariwisata Purwokerto Di Instagram :Studi Analisis Isi Pada Akun Instagram @Instapurwokerto". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instapurwokerto memiliki bentuk tujuan untuk merepresentasikan tempat pariwisata pada kota Purwokerto melalui unggahannya di media sosial Instagram (Ibnu, 2020).

1.2. Rumusan Masalah

Peneliti akan memberikan hasil penelitiannya dengan melakukan analisis isi pada pengemasan konten yang ada pada akun TikTok @bobobox_id yang berfokus pada produk bobocabin. Bentuk rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana bentuk - bentuk isi pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024?
2. Bagaimana bentuk - bentuk tema pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024?
3. Bagaimana bentuk – bentuk tanggapan pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024?
4. Bagaimana bentuk - bentuk format pesan yang digunakan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas, bentuk hasil dari pengemasan konten pariwisata pada akun TikTok @bobobox_id yang berfokus pada Bobocabin memiliki tujuan penelitian yang diharapkan dapat menjawab dari rumusan masalah penelitian ini, yaitu:

1. Mengetahui bentuk pengemasan isi pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024
2. Mengetahui bentuk pengemasan tema pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024
3. Mengetahui bentuk pengemasan tanggapan pesan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024
4. Mengetahui bentuk format pesan yang digunakan pada konten TikTok @bobobox.id dalam bobocabin pada periode Februari 2023 – Februari 2024

1.4. Manfaat Penelitian

Setelah penelitian ini selesai dikaji, diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan manfaat. Adapun manfaat yang diharapkan diperoleh dari penelitian ini dibagi ke dalam 2 kategori:

1.4.1 Manfaat Akademis

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bentuk memperkaya bentuk kajian dalam komunikasi persuasif khususnya pada media sosial TikTok, dan tentunya dapat menjadi rujukan bagi penelitian berikutnya khususnya untuk penelitian dengan metode analisis isi pengemasan konten TikTok.

1.4.2 Manfaat Praktis

Selain dalam bentuk manfaat akademi, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan bentuk manfaat praktis, seperti:

1. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadikan bentuk rujukan bagi para pemegang usaha dalam pariwisata di dalam media sosial.
2. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bentuk wawasan baru untuk pengelola akun dalam bagaimana bentuk pengemasan pesan pariwisata dalam konten akun TikTok @bobobox_id yang berfokus pada bobocabin.