

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil PT. Fres Indonesia Wisata ( Frestour & Travel )

Frestour & Travel adalah Perusahaan yang bergerak dalam bidang *Tour Consultant & Travel Management* yang selalu mengerti dan mengutamakan kebutuhan konsumen. Dengan cara seperti ini akan memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan perjalanan konsumen secara personal, dengan biaya yang sesuai dengan anggaran konsumen.

Frestour & Travel berdiri pada tanggal 09 Oktober 2006 di Kota Cilegon yang dipimpin oleh Bapak Syaiful Wathan, seiring dengan berjalannya waktu dan melihat peluang yang ada, Owner Frestour & Travelyang bertempat tinggal di Bandung, dan banyak mempunyai banyak *client* di Bandung, membuka Kantor Cabang di Bandung pada tanggal 09 Agustus 2007 yang pada akhirnya menjadi *Brand office* FRESTOUR di Bandung.

Frestour & Travel hadir untuk memberikan kemudahan kepada anda dalam memenuhi seluruh kebutuhan perjalanan anda keseluruhan penjuru dunia, dari mulai jasa booking tiket penerbangan, tiket kereta api, jasa booking hotel, transportasi, *restaurant*, tiket masuk objek wisata, dan tentunya dengan pelayanan *xclusive* secara personal namun dengan biaya yang cukup terjangkau, berikut paket yang ditawarkan :

1. Paket Promo *Tour Low Season*
2. Promo Paket Halal
3. Paket Wisata Bandung
4. Paket *Land Arrangement Tour Only*
5. Land Tour Thailand Murah
6. Land Tour Singapore
7. Land Tour Asia
8. Paket Tour *Best Seller*
9. Promo Singapore
10. Paket Tour Indonesia

11. Paket Hongkong China
12. Promo Tour Asia
13. Promo Tour Domestik
14. *Study Tour*

### **1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut:

#### **VISI**

Menjadi penyedia jasa *Tour & Travel* paling menarik di Indonesia, yang memberikan pengalaman tak terlupakan kepada pelanggan, praktis bisnis, dan mitra kami

#### **MISI**

1. Menghadirkan kegiatan operasional dan layanan yang terencana, tepat sasaran, serta pengalaman wisata yang tak ternilai dengan implementasi praktis industri terbaik.
2. Membantu praktisi bisnis kami dalam membuka dan memperluas pandangan global terhadap dunia dengan membantu mengembangkan potensi secara profesional maupun personal
3. Memberikan timbal balik investasi terbaik kepada pemegang saham dan mitra bisnis.

### **1.1.3 Produk Frestour & Travel**

Paket Promdo *Tour Low Season*

- a. Tour 3 Negara Asia 07 Hari
- b. Korea Cherry Blossom 5D Murah
- c. Korea Spring Sonata 5D
- d. Turkey Tulip Blossom 9D7DN
- e. Hongkong Shenzhen 5D *Super Sale*
- f. Full Beijing Tianjin Ski 6D

Promo Paket Halal

- a. Paket Korea Halal Trip By GA
- b. Paket Tokyo Jepang Halal By GA
- c. Paket Melbourne- Sidney Halal Trip by GA

- d. Paket Mini Europe 8Day by Ga
- e. Paket Londo Halal Trip 9Days by GA
- f. Paket West Europa by GA

#### Paket Wisata Bandung

- a. Paket wisata Bandung 1 Hari
- b. Paket wisata Bandung 2 Hari
- c. Paket wisata Bandung 3 Hari
- d. Paket wisata Bandung 4 Hari
- e. Paket wisata Bandung 5 Hari
- f. Paket wisata Trans Studio
- g. Paket wisata Rafting Bandung

#### Land Tour Thailand Murah

- a. Tour 3 Negara Asia 07 Hari
- b. Full Beijing Tianjin Ski 6Day
- c. Best of Bangkok 4Day

#### Land Tour Singapore

- a. Paket Singapore Free & Eazy 3D2N
- b. Paket City Tour Singapore 3D2N
- c. Paket Singapore Universal Studio 3D2N
- d. Paket Singapore USS 3D2N Fullboard
- e. Paket Singapore Full Tour 4D3N
- f. Paket Singapore Legoland 3D2N

#### Land Tour Asia

- a. Bangkok Shoopng Freak 3D2N
- b. Bangkok Pattaya 4D3N Free ONG BAK Live
- c. Bangkok Pattaya 5D4N Free Colloseum
- d. Bangkok Phuket 4D3N
- e. Bangkok Pattaya 4D3N Halal Trip

#### Promo Singapore

- a. Singapore Free & Eazy 3D2N
- b. Super Star Virgo ex- Singapore
- c. Singapore Formula 1 2018

- d. Singaporee Legoland 3D2N
- e. Singapore Full Tour 4D3N

Paket Tour Indonesia

- a. Paket Tour Surabaya- Malang
- b. Paket Tour Raja Ampat Papua
- c. Paket Tour Bali
- d. Paket Tour Padang
- e. Paket Tour Bromo- Malang
- f. Paket Tour Lombok
- g. Paket Tour Medan
- h. Paket Tour Jogjakarta

Paket Hongkong China

- a. Macau 5Day
- b. Disney MFM SXZ 6Day
- c. Best of Zhangjiaje 6D
- d. Beijing Shanghai Huangsan 10Day
- e. Beijing Shanghai 8Day by SQ

Promo Tour Asia

- a. Paket Tour Taiwan
- b. Super Star Libra-Ex Penang
- c. Moto GP Sepang Malaysia
- d. F1 Sepang Malaysia

Promo Tour Domestik

- a. Pantai Pangandaran Tour 2D1N
- b. Garuda Gowes to Bali 3D2N
- c. Paket Pulau Tidung,Pari,Harapan,Pramuka

Study Tour

- a. Study Comparative JKT 2D/3D
- b. Study visit SIN-BKK 4D
- c. Study Banding Singapore 4D
- d. Study Banding Singapore 3D

#### 1.1.4 Logo Perusahaan



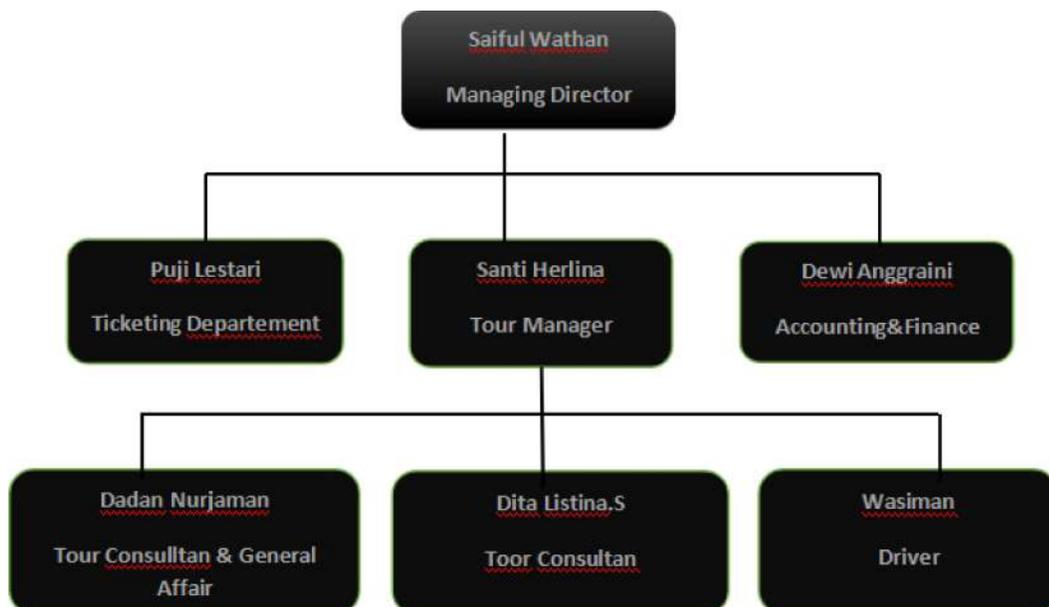
**GAMBAR 1.1**

Logo Perusahaan

*Sumber : dokumentasi perusahaan, 2018*

#### 1.1.5 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi dari PT. Fres Indonesia Wisata ( Frestour & Travel ) adalah sebagai berikut:



**GAMBAR 1.2**

Struktur Organisasi Perusahaan

*Sumber: dokumentasi perusahaan, 2018*

#### 1.2 Latar Belakang

Pariwisata merupakan industri yang mendunia dan menjadi suatu bisnis yang semakin berkembang, di Indonesia sendiri pariwisata telah memperlihatkan

perannya dengan nyata dalam memberikan kontribusinya terhadap kehidupan ekonomi, sosial dan budaya bangsa. Banyak pihak yang berharap bahwa sektor pariwisata dapat menjadi salah satu pemasok utama devisa negara. Dibalik harapan besar Indonesia memang memiliki potensi alam dan budaya luar biasa melimpah dan benar - benar layak dibanggakan sebagai “tambang” industri jasa pariwisata yang masih luas dan belum banyak terjamah. Dengan keragaman kekayaan alam dan budaya ini pariwisata diharapkan mampu melakukan pengemasan yang berkualitas. Pendayagunaan itu secara maksimal harus direkayasa sedemikian rupa agar tidak merusak penyangga kekayaan alam budaya. Disamping itu, harus mampu secara optimal memberi nilai tambah ekonomis bagi setiap daerah pemilik potensi wisata. Negara Indonesia bergantung banyak dari industri pariwisata sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan, sedangkan pengertian pariwisata menurut UUD No.10 tahun 2009 adalah sebagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah daerah. Pertumbuhan pariwisata di Indonesia selalu diatas pertumbuhan ekonomi Indonesia dan melebihi perkembangan pariwisata dunia. Tahun 2011 perolehan devisa dari pariwisata diperkirakan mencapai 8,5 Miliar Dolar AS, naik 11,8 persen dibandingkan tahun lalu (sumber: kompas.com 2017).

Salah satu jenis wisata yang populer di Indonesia adalah wisata budaya. Jenis inilah yang paling utama bagi wisatawan mancanegara yang ingin mengetahui kebudayaan, kesenian dan segala sesuatu yang dihubungkan dengan adat-istiadat dan kehidupan seni budaya kita. Salah satu wilayah yang memiliki tempat wisata yang banyak diminati yaitu Provinsi Jawa Barat. Provinsi Jawa Barat secara geografis terletak diantara 5°50` - 7°50` Lintang Selatan dan 104° 48` - 108° 48` Bujur Timur, dengan luas wilayah daratan 3.710.061,32 hektar. Masyarakat Jawa Barat dikenal sebagai masyarakat yang agamis, dengan kekayaan warisan budaya dan nilai-nilai luhur tradisional, serta memiliki prilaku sosial yang berfalsafah pada silih asih, silih asah, silih asuh, yang secara harfiah berarti saling mengasihi, saling memberi pengetahuan dan saling mengasuh diantara warga masyarakat (disparbud.jabarprov.go.id ).

Salah satu kota yang banyak memiliki banyak destinasi wisata yaitu Kota Bandung. Bandung memiliki tempat wisata seperti wisata belanja, wisata alam, wisata sejarah dan budaya, wisata kuliner, dan masih banyak lagi. Berbagai tempat wisata di Bandung bisa dijadikan sebagai tempat berlibur atau menghilangkan penat setelah sepekan melakukan aktifitas di kantor atau kampus (<https://limakaki.com>).

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan zaman, masyarakat lebih sering berkomunikasi melalui internet, karena memudahkan berinteraksi dan berkomunikasi tanpa batas, dengan kemudahan tersebut jutaan manusia menggunakan internet sehingga terbentuknya situs media sosial. Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literature penelitian (dalam Nasrullah, 2015: 11). Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Salah satu media sosialnya yaitu Instagram.

Sosial media memang tidak hanya instagram saja, maka dari itu setiap sosial media memiliki kekurangan dan kelebihan sendiri. Ada beberapa sosial media lainnya termasuk instagram dengan kekurangan dan kelebihan, diantaranya yaitu:

1. Facebook

Kelebihan: Cepat *loading*nya, banyak yang pakai jadi aplikasi ini cocok untuk berjualan atau komunikasi lewat group, dan bisa diakses melalui HP maupun PC

Kekurangan: Rawan penipuan akun palsu, kalau di android app facebook berukuran 80mb lebih dengan *update-upadatean* terbaru, dan banyaknya iklan yang mengganggu

2. Path

Kelebihan: Sangat privasi, yang tidak di *add* otomatis tidak bisa melihat postingan, dan ada *reminder upload* gambar dan musik

Kekurangan: *Loading* gambar dan lokasi agak lama

3. Instagram

Kelebihan: Bisa *loading* gambar meskipun jaringan *edge* (konsumsi data sedikit), bisa mem *follow* tanpa di *follow*, bisa dipakai untuk berjualan karna app ini sangat simpel, dan sedang banyak diminati oleh seluruh orang baik dalam negeri maupun luar negeri

Kekurangan: Artikel yang diberikan tidak dapat di *copy paste* dan gambar tidak bisa di *download*

#### 4. Twitter

Kelebihan: Twitter mungkin lebih terukur dari facebook dan juga kita bisa melihat postingan orang tanpa harus mem*follow*

Kekurangan: Setiap postingan dibatasi hanya 140 karakter per *update* (<https://nyssawey.wordpress.com>)

Dari beberapa penjelasan diatas mengenai kekurangan dan kelebihan dari beberapa sosial media yang ada maka dapat disimpulkan alasan mengapa perusahaan lebih sering menggunakan instagram sebagai media pemasaran dan promosi yaitu karena instagram merupakan aplikasi simpel yang dapat melihat postingan setiap pengguna tanpa harus mem*follow* selama akun tersebut tidak di kunci atau di blokir dan banyak diminati oleh orang-orang yang tidak terpaut usia. Instagram juga tidak memiliki batasan karakter seperti twitter bagi pengguna dalam setiap postingannya. Walaupun instagram sendiri memiliki kekurangan yang tidak jauh berbeda dengan sosial media lainnya tetapi untuk saat ini minat dan antusias pengguna sosial media masih sangat besar terhadap aplikasi tersebut.

Tidak dapat dipungkiri, komunikasi pemasaran membutuhkan media komunikasi dalam menjual produk atau jasa yang dipromosikan. Media komunikasi adalah semua sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Proses pengiriman informasi di jaman keemasan ini sangat canggih. Teknologi telekomunikasi paling dicari untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun berita karena teknologi telekomunikasi semakin berkembang, semakin cepat, tepat, akurat, mudah, murah, efektif dan efisien. (<http://digilib.uin-suka.ac.id>)

Instagram merupakan salah satu media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk menyebar luaskan foto dan video dengan menggunakan filter

yang unik agar terlihat lebih menarik. Instagram juga merupakan salah satu media yang cukup strategis untuk melakukan promosi. Banyak perusahaan yang menggunakan media sosial instagram dalam melakukan promosi termasuk salah satunya perusahaan *travel agent*. Dengan sosial media tersebut *travel agent* dapat memperlihatkan atau memberitahukan kepada khalayak luas promosi yg sedang diadakan oleh perusahaan hingga foto – foto konsumen yang telah melakukan perjalanan wisata menggunakan jasa *travel agent* tersebut.

Kegiatan promosi atau marketing yang dilakukan dalam media sosial biasa disebut dengan *social media marketing*. *Social media marketing* adalah teknik marketing yang menggunakan *social media* sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk atau jasa ([www.seogereggi.com](http://www.seogereggi.com)) .

*Travel Agent* di Bandung sendiri terdapat kurang lebih 110 perusahaan travel yang tersebar di berbagai daerah di Bandung. Masing – masing travel memiliki daya jual , daya saing, dan keunggulannya masing – masing. Salah satunya adalah Frestour and Travel yang berlokasi di Ruko KotaKembang Permai Kav. 39 Jl. Jakarta No. 20 Bandung – Jawa Barat 40271. Frestour & Travel menyediakan jasa dari industri – industri pariwisata seperti tiket penerbangan, hotel, tour, dan juga umroh. Industri *travel agent* bersaing ketat dalam memberikan penawaran dengan harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan terbaik kepada konsumen. Persaingan ini dinyatakan dengan adanya pertarungan dalam memberikan kualitas pelayanan yang terbaik terhadap para pelanggannya oleh masing-masing *travel agent* termasuk Frestour & Travel itu sendiri. Persaingan bisnis ini tak hanya bertumpu pada kualitas produk atau jasa, melainkan pada kualitas pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan terbaik terhadap para pelanggannya. Kualitas pelayanan diberikan agar hasil yang diharapkan oleh pelanggan tersebut melebihi ekspektasinya, karena kualitas layanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan.

Frestour & Travel merupakan salah satu perusahaan *travel agent* yang menggunakan sosial media instagram untuk melakukan promosi yang di berikan dan sebagai wadah dalam memberikan informasi mengenai perusahaan. Instagram merupakan salah satu cara yang cukup efektif bagi perusahaan dalam memberikan

informasi. Menurut Frestour sendiri, kegiatan yang dilakukan melalui instagram cukup membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan kantor dan kegiatan ini disebut dengan *social media marketing*.

**Tabel 1.1**

Jumlah Rombongan Frestour & Travel pada tahun 2015 – 2017

No.	Bulan	Tahun		
		2015	2016	2017
1	Januari	292 orang	524 orang	288 orang
2	Februari	161 orang	446 orang	85 orang
3	Maret	463 orang	339 orang	262 orang
4	April	294 orang	159 orang	318 orang
5	Mei	232 orang	444 orang	228 orang
6	Juni	197 orang	95 orang	165 orang
7	Juli	175 orang	216 orang	198 orang
8	Agustus	232 orang	103 orang	178 orang
9	September	200 orang	157 orang	169 orang
10	Oktober	424 orang	232 orang	325 orang
11	November	177 orang	169 orang	155 orang
12	Desember	372 orang	573 orang	575 orang

*Sumber : dokumentasi perusahaan , 2015 – 2017*

Berdasarkan data yang diberikan diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam 3 tahun terakhir Frestour & Travel mengalami kenaikan dan penurunan jumlah konsumen yang melakukan wisata di setiap bulannya.

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian yang berjudul **“Tinjauan Aktivitas Sosial Media Marketing Melalui Instagram Pada PT. Fres Indonesia Wisata Tahun 2018 ( Frestour & Travel di Bandung ) “**

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalahnya yaitu bagaimana persepsi konsumen atas aktivitas sosial media marketing melalui instagram yang dilakukan oleh PT. Fres Indonesia Wisata ( Frestour & Travel ) di Bandung Tahun 2018?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen atas aktifitas sosial media marketing melalui instagram yang dilakukan oleh PT. Fres Indonesia Wisata ( Frestour & Travel ) di Bandung Tahun 2018.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian, yaitu :

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan khususnya Frestour & Travel dalam memberikan informasi atau masukan terhadap masalah yang dihadapi serta memberikan bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijaksanaan dalam menggunakan media sosial selanjutnya.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi penelitian lain khususnya yang berkaitan dengan topik sejenis.

### **1.6 Batasan Penelitian**

Adapun yang menjadi batasan maslaah pada penelitian ini adalah :

1. Objek dalam penelitian ini adalah sosial media marketing pada PT. Fres Indonesia Wisata
2. Waktu pengerjaan laporan mulai dari bulan Februari sampai Juni 2018
3. Yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pengikut atau followers instagram PT. Fres Indonesia Wisata

## **1.7 Kegunaan Observasi**

### **1.7.1 Keunggulan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana kontribusi untuk ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai travel serta penelitian ini juga dapat dijadikan pertimbangan untuk bahan referensi pada penelitian lebih lanjut.

### **1.7.2 Kegunaan Praktisi**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan. Masukan dan bahan pertimbangan bagi Frestour & Travel untuk menyusun kebijakan program agar dapat mempertahankan konsumen dan meningkatkan penjualan serta meningkatkan kinerja perusahaan dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif.

## **1.8 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir**

Pada sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir ini dijelaskan mengenai gambaran informasi materi yang dibahas dalam tiap-tiap bab, yang mencakup sebagai berikut:

### **1. Bab 1 Pendahuluan**

Pendahuluan merupakan ringkasan dari keseluruhan isi laporan tugas akhir dan gambaran umum dari penelitian yang akan diangkat. Isi dari bab ini mengenai gambaran umum tentang perusahaan dan produk yang akan diteliti, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan laporan tugas akhir.

### **2. Bab II Relevasi Teori dan Pembahasan**

Dalam bab ini membahas mengenai teori-teori dan literatur yang berkaitan dengan penelitian yang mendukung pemecahan masalah, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

### **3. Bab III Metode Penelitian**

Merupakan metode penelitian yang digunakan, skala pengukuran, teknik pengumpulan dan pengolahan data, populasi dan sampel serta sistematika penelitian.

#### **4. Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Bab ini berisikan tentang uraian hasil penelitian dan pembahasan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian

#### **5. Bab V Kesimpulan dan Saran**

Bab ini menyajikan pemaknaan dan penafsiran penelitian terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk kesimpulan penelitian dan saran yang merupakan implikasi dari kesimpulan yang berhubungan dengan masalah dan alternatif pemecahan masalah.