

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan era digital di negara maju dan negara berkembang saat ini dirasakan semakin pesat, yang menjadi sebuah evolusi pada teknologi media, bisa disebut dengan new media atau lebih dikenal dengan istilah internet, mungkin saat ini media sudah tidak asing lagi di telinga. Media digital hingga saat ini masih belum ada yang menandingi terhadap jumlah penggunanya, demikian juga di negara-negara maju, media ini disebut-sebut sebagai media dengan sarana informasi yang sangat cepat di seluruh dunia.¹

Era digitalisasi saat ini sangat berpengaruh besar terhadap masyarakat luas, aplikasi online berbagai macam produk yang dibutuhkan masyarakat pun sudah tersedia, bahkan di dunia market pun saat ini segala sarannya sudah dapat diunggah melalui internet, dari mata pelajaran, ilmu pengetahuan, musik, film, perbankan yang tadinya masyarakat harus ke bank apabila akan melakukan transaksi setoran ataupun penarikan tapi dengan adanya perkembangan era digital yang sangat pesat ini segala transaksi sudah dapat dilakukan secara online, bahkan belanja untuk kebutuhan sehari-haripun sekarang ini sudah dapat diakses dan dilakukan transaksi secara online.

Dengan adanya perkembangan teknologi yang demikian pesat sekarang ini manusia mendapatkan kemudahan dalam menjalani aktifitasnya seperti belanja,

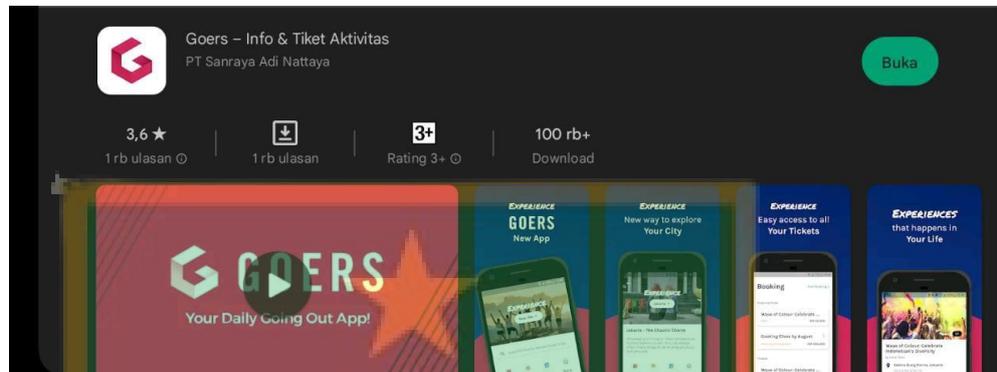
¹ Arini Ulfa Satira, "Peran Penting Public Relation di Era Digital", 2021, Vol 7. No 7

membeli makanan dan pakaian menggunakan aplikasi online dan juga merambah dunia hiburan. Mengapa demikian pada saat teknologi belum berkembang seperti pada masa kini pertunjukan-pertunjukan musik, pertandingan olahraga pada saat akan menyelenggarakan event melakukan penjualan tiket masih secara manual, para penonton yang akan membeli tiket harus berduyung-duyung mengantri, berpanas-panas dan berdesak-desakan hanya untuk sekedar mendapatkan selembar tiket, belum cukup itu saja, terkadang terdapat ada pihak yang memanfaatkan situasi dengan tidak bertanggung jawab bisa juga disebut “copet”. Kita wajib bersyukur dengan adanya perkembangan era digital saat ini yang membuat segala sesuatunya berjalan dengan mudah, hanya cukup dengan satu gengaman tangan dan hanya satu klik maka transaksi apapun yang kita inginkan sudah langsung terealisasi.

Goers adalah salah satu aplikasi yang diluncurkan oleh PT Sanraya Adi Nattaya perusahaan yang menggunakan pemasaran melalui aplikasi online yang telah berdiri sejak 2015, Goers merupakan aplikasi yang bergerak pada bidang industry OTA khususnya pada sector event dan venue management service melalui produk yang dimilikinya, kehadiran fitur booking sebagai *customer* bisa memesan tiket acara atau *event* yang menarik dengan mudah. Selain itu, Goers juga menyediakan fitur *personalize interest*, dengan memberikan penawaran bagi usernya melalui berbagai cara atau kegiatan yang sesuai *interest* setiap usernya, mulai dari berbagai paket paket trip wisata menjelajahi wisata di sekeliling Borobudur.

Pengguna aplikasi Goers saat ini sejumlah lebih dari seratus ribu orang, dimana masyarakat dapat menggunakan aplikasi Goers guna untuk mempermudah

mereka dalam mencari atau membeli tiket venue,event, bahkan mengetahui informasi tentang seminar pun dapat menggunakan aplikasi Goers.



Gambar 1.1 Pengguna Goers

Sumber : Aplikasi Goers

Goers mengguide ratusan partner untuk bekerja sama dan setiap bulannya memberikan informasi seputar kegiatan acara, dan *event*. Goers adalah perusahaan yang memudahkan semua masyarakat untuk mencari serta memperoleh informasi yang logis dan terbaru mengenai aktivitas, acara, dan *venue* yang sedang tranding.² Aplikasi Goers pun mempunyai fitur layanan *event management platform* bagi para partner-patnernya dengan tujuan untuk membantu dalam menghitung kesuksesan acara.

Menggunakan aplikasi Goers tersebut sangat menarik dikarenakan pembeli tiket yang memakai aplikasi tersebut diberikan 2 cara pembayaran, yaitu

² Bambang Dwi Atmoko, 2017, “Goers Permudah Cari Info Event di Jakarta dan Bandung” <https://arenalte.com/berita/industri/goers-event/>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2023, pukul 17.30

menggunakan kartu kredit atau melalui transfer antar bank. Selain *user* bisa melakukan pemesanan dan pembelian tiket acara yang digemari, pada aplikasi ini juga menyajikan trobosan fitur *send ticket*, sehingga jika terdapat teman yang ingin menitip untuk dibelikan, kini tidak perlu khawatir ketinggalan kuota tiket.



Gambar1.1 Tiket Vw Tour Borobudur pada aplikasi Goers

Sumber : Website Goers

Perkembangan pemikiran pembisnis ini menunjukkan inovasi yang menjadikan perusahaan *start-up* bisa mudah di akses dan dinikmati oleh masyarakat luas. Maka dari itu dengan peluang usaha pariwisata dengan berbagai dukungan banyaknya destinasi wisata di Indonesia dan memiliki beragam budaya yang ada membuat daya tarik sendiri untuk *pelancong* berbagai wisatawan mancanegara dan domestik.³ Masyarakat memiliki harapan semua dapat dilaksanakan dengan mudah dan praktis. Dengan aplikasi Goers mereka dapat membeli tiket dengan secara online sehingga tidak perlu lagi datang ke agent penjualan tiket.

³ Eka Prastianto, Farhan Julian & Dini Safitri, Komunikasi Marketing Web Series Melalui Digital Traveloka, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8, No. 1 (2019), h. 16-21.

Goers juga telah berkolaborasi dengan bidang pariwisata sehingga saat ini sudah banyak sekali bidang pariwisata yang memanfaatkan teknologi seperti ini. Salah satu pariwisata yang bergabung menggunakan aplikasi Goers yaitu VW Tour Borobudur, yang merupakan jasa pariwisata perjalanan untuk bernostalgia di kawasan candi Borobudur menggunakan mobil VW, destinasi wisata yang akan di kunjungi seperti candi Pawon, Junk yard, industri madu, gereja ayam, kerajinan tangan dari tanah liat, dan tempat tinggal kamera.

VW Tour Borobudur menggunakan aplikasi Goers guna mempermudah pariwisataawan untuk memesan tiket karena sebelumnya hanya menyediakan tiket OTS dan pembelian melalui whatsapp saja sehingga pengunjung merasa terbatas karena di zaman sekarang digital sudah semakin maju namun VW Tour Borobudur masih ketinggalan.

Dengan menggunakan fitur booking tersebut untuk memesan tiket acara trip wisata menyusuri pedesaan dan melihat aktivitas penduduk di Kawasan seputar candi Borobudur dengan mengendarai mobil VW Safari klasik yang memiliki beragam warna unik. Persaingan antara fitur *booking* di daerah Borobudur pastinya sudah banyak sekali salah satunya seperti Jeep Adventure Borobudur yang mengelilingi wisata Borobudur dengan jeep, Dokar *tour experience* Borobudur wisataawan akan diajak mengelilingi wisata yang berada disekitar Borobudur dengan menggunakan dokar.



Gambar1.2 VW Tour Borobudur

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:VW_tour_keliling_Borobudur.jpg

Strategi komunikasi pemasaran di Indonesia yang cocok diperlukan bagi para pelaku usaha aplikasi online agar dapat memberikan komunikasi *e-ticketing* guna untuk mengguide calon *customer* supaya mempercayai jasa *e-ticketing* di tengah perkembangan teknologi. Strategi komunikasi pemasaran yakni satu hal yang paling utama ketika melakukan suatu usaha dalam aktivitas promosi agar jasa terpasarkan. Kegiatan promosi menjadi hal paling penting saat melakukan pengembangan usaha, agar meningkatnya *brand image* aplikasi di khalayak umum, atau guna menjaga kehadiran aplikasi di pasar.

Saat ini teknologi yang telah berkembang akan membantu masyarakat, menyusun strategi saat melaksanakan pemasaran juga bisa mulai berbeda yang semakin modern. Pemasaran kini sudah bisa dilakukan hanya dengan menggunakan internet, atau sudah dikenal sebagai digital marketing. Setidaknya bisa mendapatkan sedikit manfaat dari digital marketing dalam memaksimalkan suatu bisnis, menjangkau pasar yang lebih banyak, sebagai sarana penghubung yang baik

dengan *customer*.⁴

Komunikasi pada pemasaran digital yakni suatu gabungan dari pengertian komunikasi pemasaran dan pemasaran digital, yang merupakan suatu sarana dan langkah pengusaha itu memberikan menginformasikan, ajakan, dan meningkatkan ke para customer tentang jasa yang dijualkannya nanti melalui media internet atau media sosial.⁵

Perusahaan di Indonesia melakukan pemasaran dengan berbagai cara yaitu promosi, direct marketing, sosial media marketing yang dimana pemasaran tersebut dapat membantu meningkatkan bisnis dalam aplikasi online.

Namun dengan cara memanfaatkan teknologi dalam penjualan tiket tidaklah mudah karena semakin majunya zaman akan membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat seperti halnya, aplikasi Goers yang mengalami kesulitan dalam pemasaran tiket mereka kepada konsumen, dikarenakan kurangnya rasa kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, perencanaan pemasaran yang tidak terencana dengan baik, kurangnya promosi perusahaan kepada pihak luar sehingga perusahaan lain tidak ada yang ingin bekerja sama, apabila hal ini sulit ditangani dengan baik, maka dapat membahayakan aplikasi Goers.

Seiring berkembangnya teknologi dan aplikasi, semakin ketatnya persaingan pemasaran dalam dunia pariwisata, mengerti *customer* lewat acara

⁴ Artike dalam jurnal online: Arina Muntazah, Novalia, Rindana Intan Emeilia “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan *Brand Loyalty* pada Perusahaan Travel di Masa Pandemi Covid-19” akses pada 04/10/22

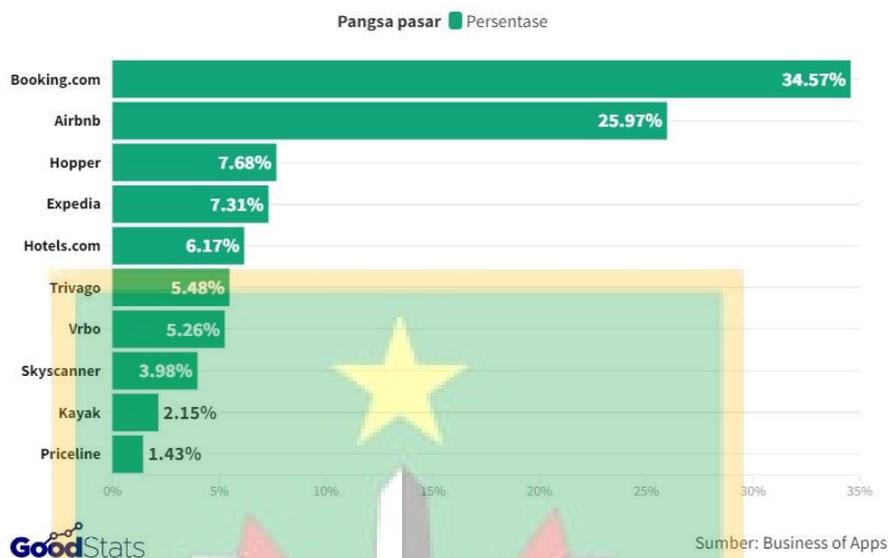
⁵ Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S., Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts, *Jurnal Manajemen Komunikasi*, Vol 3, No. 1 (2018), hal. 18-33.

purna jual yang bisa dilaksanakan dengan memberikan pengingat kepada *customer* apabila telah membeli, contohnya menanyakan kualitas layanan yang telah diterima. Ada banyak cara yang dapat dilakukan oleh Goers dalam melakukan penjualan guna menjuarai persaingan dan menarik hati *customer* sehingga dapat diajak untuk bekerja sama.

Menginformasikan secara detail, bertanya mengenai permasalahan saat mengakses layanan merupakan suatu langkah yang bisa dilakukan yang telah diterima. Ada banyak cara yang dapat dilakukan Goers dalam melakukan penjualan guna menjuarai persaingan dan menarik hati *customer* sehingga dapat diajak untuk bekerja sama.

Menginformasikan secara detail, bertanya mengenai permasalahan saat mengakses layanan merupakan suatu langkah yang bisa dilakukan guna menaikkan penjualan konsumen.. Citra perusahaan pun bisa menjadi pendukung kepuasan konsumen dan keinginan untuk menjadi partner Goers. Hal tersebut yang memunculkan keinginan yang taat bagi peneliti agar melaksanakan penelitian yang terfokus pada berbagai strategi komunikasi pemasaran yang ditawarkan oleh aplikasi Goers dalam memasarkan tiket VW Tour Borobudur Tahun 2022 ini.

10 aplikasi travel yang paling banyak digunakan secara global 2021



Gambar 1.3 Gravik Travel Agent

Revolusi travel agent yang semakin canggih telah mengubah cara dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir. Dari yang sebelumnya hanya tradisional dan konvensional. Sekarang menjadi integrasi dengan dunia online masa kini. Banyak perusahaan-perusahaan di Indonesia saat ini memanfaatkan dunia digital dalam menjalankan bisnisnya. Perusahaan di Indonesia menggunakan media digital untuk melakukan pemasaran untuk mempromosikan jasa yang dijualnya. Contoh pemakaian media sosial Instagram menjadi media dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh Goers dalam memajukan jasa VW Tour Borobudur serta mengikuti perkembangan zaman dan teknologi yang semakin pesat dan juga semakin berkembang saat ini.⁶

Dalam penelitian ini, peneliti ingin meninjau lebih dalam lagi mengenai

⁶ Mulyadi, A. I., & Zuhri, S. (2020). Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi “MOENG KOPI” Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 109-124.

strategi-strategi pemasaran komunikasi yang dilakukan oleh Goers sebagai perusahaan yang dapat dikatakan masih berkembang secara konkret dan deskriptif, walaupun memiliki keunggulan di dalam perusahaan namun Goers masih memiliki kekurangan dari segi strategi pemasarannya sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dari satu permasalahan yang terjadi dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Goers Dalam Melakukan Penjualan Tiket Wisata VW Tour Borobudur Tahun 2022”**

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang pada diatas tersebut, peneliti akan menetapkan fokus penelitian yaitu “Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Goers dalam melakukan penjualan tiket wisata VW Tour Borobudur Tahun 2022?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang yang tertulis diatas, dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti ini ialah :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pemasaran Aplikasi Goers dalam melakukan penjualan tiket wisata VW Tour Borobudur tahun 2022.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah dirumuskan di atas, manfaat yang diharapkan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti.

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan untuk menambah referensi atau bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang. Serta hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman terkait teori dan praktik strategi pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini semoga dapat dijadikan sumber bacaan atau masukan bagi mahasiswa khususnya Ilmu Komunikasi lainnya dan bertambahnya kajian pemanfaatan aplikasi online sebagai tujuan branding yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam meningkatkan pemasaran perusahaan.

b. Bagi Penulis

Dapat bertambahnya wawasan serta pengalaman secara langsung tentang bagaimana Strategi Pemasaran Komunikasi yang mampu menarik perhatian masyarakat.

b. Bagi Universitas

Dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi atau bahan bacaan sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang nanti.

c. Bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan agar terus

mengembangkan strategi pemasaran komunikasi agar perusahaan semakin maju.

1.4.3. Manfaat Sosial

Hasil dari penelitian ini supaya masyarakat dapat menggunakan serta memanfaatkan aplikasi digital di zaman era digital, salah satu contohnya yaitu membeli tiket wisata melalui aplikasi online.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui topik pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, maka diperlukan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan seminar proposal. Teknik penulisan skripsi. Teknik penulisan skripsi memiliki 5 bagian, yaitu 1) Bagian Awal, 2) Bagian Isi, 3) Referensi, 4) Pembahasan dan bagian 5) Kesimpulan, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian Bab I, menjelaskan tentang latar belakang masalah dari peneliti dan rumusan masalah, serta tujuan penelitian yang dimana penulis ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran aplikasi Goers dalam melakukan penjualan tiket wisata VW Tour Borobudur tahun 2022. Selain itu, juga terdapat manfaat penelitian berupa manfaat praktis dan akademis, serta terdapat sistematika pada penulisan sebagai bagian dari rancangan penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bagian Bab II, memuat tentang tinjauan pustaka. Di mana dalam tinjauan pustaka ini berisi tentang kajian penelitian terlebih dahulu untuk mendukung pemilihan topik pada proposal ini, tabel penelitian terdahulu yang akan menjadi referensi bagi setiap masalah yang ada pada perusahaan dan dapat menjadi acuan bagi penulis untuk menjelaskan masalah yang dibahas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III merupakan Metodologi Penelitian, bagian ini berisi menjelaskan meliputi pendekatan kualitatif, jenis penelitian menggunakan deskriptif, serta pengambilan data menggunakan wawancara terstruktur dan observasi, lalu teknik pengolahan dan analisis data yang dilakukan pada peneliti hingga akhirnya data dapat disampaikan dalam bentuk laporan, serta lokasi dan jadwal penelitian yang akan dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV tersebut berisikan tentang pemaparan mengenai penjelasan dan hasil penelitian yang telah dilakukan secara deskriptif.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V penutup, memaparkan kesimpulan mengenai hasil dari penelitian kesimpulan ini menjabarkan jawaban dari pertanyaan penelitian. Kemudian peneliti memberikan beberapa saran yang ditujukan pada pihak terkait.