

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi COVID-19 telah menjadi fokus perhatian dunia dua tahun belakangan ini, Indonesia termasuk negara yang terdampak COVID-19. Terdapat pembatasan aktivitas yang diterapkan pemerintah saat ini, pemerintah juga menganjurkan untuk *stay at home* dilaksanakan sebagai upaya menekan perluasan COVID-19. Pandemi COVID-19 ini berdampak besar pada berbagai sektor, yaitu sektor industri, wisata, pendidikan dan sektor lainnya. Adanya pandemi COVID-19 membuat masyarakat menjadi lebih hati-hati untuk beraktivitas di luar rumah, namun beberapa masyarakat memiliki keinginan untuk bersenang-senang dan berlibur ke tempat wisata untuk melepas kejenuhannya di saat pandemi COVID-19 ini.

Kegiatan pariwisata pada umumnya dilakukan dengan melakukan sebuah perjalanan ke suatu tempat wisata dengan tujuan untuk bersenang-senang. Pariwisata menjadi sebuah kegiatan yang dicari oleh masyarakat, baik yang muda maupun yang sudah tua, baik penduduk lokal maupun mancanegara. Adanya pandemi COVID-19 yang menyerang seluruh dunia membuat sektor pariwisata terhenti untuk beberapa waktu namun saat ini sudah mulai dibuka kembali oleh pemerintah. Hal ini telah dirasakan Transera *Waterpark* Bekasi yang sempat tutup namun saat ini kembali buka dengan proses yang sangat ketat.

Dengan adanya pandemi COVID-19 sudah dipastikan akan terjadi penurunan jumlah wisatawan yang mengunjungi Transera *Waterpark* Bekasi, terutama kunjungan dari wisatawan asing. Dengan penurunan wisatawan tersebut, maka akan berpengaruh pada penurunan ekonomi termasuk di sektor pendukung pariwisata lainnya, seperti transportasi, restoran, serta semua pelaku usaha yang menggantungkan nasibnya pada sektor pariwisata di Transera *Waterpark* Bekasi. Pada akhirnya keberadaan pandemi COVID-19 memaksa para pelaku usaha di sektor pariwisata mengurangi jumlah pekerjanya, serta membuat tingkat pendapatan daerah dan perekonomian ikut menurun. Pandemi COVID-19 menjadi sebuah

tantangan bagi sektor pariwisata untuk dapat berjalan ditengah pandemi dengan memberikan rasa aman kepada masyarakat.

Disinilah peran pemerintah dibutuhkan untuk membuat kebijakan-kebijakan yang dapat melindungi masyarakat dari pandemi COVID-19. Salah satu kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah yaitu adanya protokol kesehatan yang wajib diikuti oleh seluruh masyarakat, seperti memakai masker, rutin mencuci tangan dengan sabun, memakai *handsanitizer*, serta menerapkan jaga jarak di tempat keramaian. Adapun kebijakan pemerintah yang ditujukan untuk tempat wisata yaitu adanya tindakan pencegahan yang perlu dilakukan, seperti memperhatikan informasi terkini mengenai COVID-19, melakukan pembersihan dengan desinfektan secara berkala di tempat umum, menyediakan fasilitas untuk mencuci tangan, memaksimalkan sirkulasi udara, mengencarkan propaganda perlindungan diri dari COVID-19, seperti memakai masker, melakukan pemeriksaan suhu pada pengunjung, memastikan para pekerja di sektor pariwisata memahami perlindungan diri dari COVID-19, menyediakan pos kesehatan, menerapkan jaga jarak bagi pengunjung maupun pekerja, mengusahakan penggunaan metode pembayaran non tunai, dan lain sebagainya. Menurut Iswara (2021) ada sebuah kasus di India bahwa sebanyak 2.642 orang dinyatakan positif Covid-19 setelah berlangsungnya mandi massal di sungai Gangga. Kasus tersebut memungkinkan bahwa penyebaran virus COVID-19 bisa saja melalui wisata air yang digunakan bersamaan dengan orang banyak. Upaya prokes yang dilakukan Transera *Waterpark* Bekasi dilakukan agar kasus di India tidak terulang lagi dikarenakan air adalah salah satu penyebab penyebaran virus COVID-19 yang cukup efektif.

Menurut Khairally (2021) tim dari detik travel mengunjungi *waterpark* yang berada di Kota Harapan Indah yaitu Transera *Waterpark* Bekasi, wisata tersebut sudah kembali dibuka saat pandemi Covid-19, *General Manager* transera mengatakan kebijakan ini berdasarkan SK Kabupaten Bekasi yang sudah membolehkan wisata dibuka. Transera *Waterpark* Bekasi telah melakukan protokol kesehatan yang ketat yaitu di bagian pintu masuk terlihat wastafel yang berjejer untuk menjaga kebersihan tangan wisatawan. Terdapat pula *hand sanitizer touchless*. Transera *Waterpark* Bekasi adalah wisata air dengan prokes terbaik di jabodetabek

juga memiliki 24 watafel disetiap titik, wisatawan akan di cek suhu dua kali yaitu di pintu masuk dan saat memasuki area *lobby*, ada satgas yang bertugas yang menghimbau dijalankannya protokol kesehatan. Anak-anak dibawah 12 tahun dibolehkan masuk asalkan orang tua sudah memiliki sertifikat vaksin. Hal ini berdasarkan informasi yang disampaikan Menparekraf Sandiaga Uno yang menyerahkan kebijakan terkait hal tersebut kepada satgas setempat. Transera *Waterpark* Bekasi adalah satu-satunya arena rekreasi air yang menyediakan 2 zona berbeda di kawasan kota Harapan Indah, Bekasi. Transera *Waterpark* Bekasi dirancang khusus sebagai arena rekreasi air dan taman bermain kelas dunia yang hadir dengan konsep nuansa alam Afrika yang eksotis. Tersedia beragam atraksi dan wahana air yang menarik, unik, menantang, dan penuh petualangan yang dapat menjadi pilihan anak-anak, remaja, maupun orang dewasa.

Transera *Waterpark* Bekasi menggunakan media sosial Instagram untuk melakukan sebuah promosi dikarenakan salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram. Penelitian yang dilakukan oleh MARKPLUS INSIGHT bertajuk Indonesia netizen survei terdapat beberapa temuan menarik soal media sosial dari 2150 netizen yang disurvei, aplikasi Instagram menjadi aplikasi yang populer (Adison & Purwaningsih, 2015). Media sosial Instagram saat ini menjadi media promosi yang cukup aktif digunakan Transera *Waterpark* Bekasi untuk mempromosikan wisata airnya, melalui media sosial Instagramnya, akun Instagram @transerawaterpark.bekasi diikuti sekitar 83,9 ribu *followers* dan telah membagikan postingan berupa foto dan video di akun Instagram @transerawaterpark.bekasi dengan sejumlah 1438 postingan per tanggal 9 November 2021 . Pemilihan media sosial Instagram dinilai cukup tepat oleh Transera *Waterpark* Bekasi karena selain gratis dan praktis dalam penggunaannya, juga cukup efektif terlihat dari ramainya pengguna Instagram saat masa pandemi COVID-19. Berikut adalah tangkapan layar profil Instagram Transera *Waterpark* Bekasi :



Gambar 1.1 Profil Instagram Transera *Waterpark* Bekasi

Sumber: Instagram Transera *Waterpark* Bekasi

Instagram juga telah digunakan oleh banyak orang sebagai media untuk menyampaikan dan menerima promosi. Banyak perusahaan, salah satunya Transera *Waterpark* Bekasi, memilih untuk menyampaikan berbagai promosi kepada publik melalui media sosial Instagram. Media sosial tentunya memudahkan penggunaannya untuk saling berinteraksi, saling berbagi dan dapat membangun jaringan pribadi atau terbuka untuk umum.

Melalui media sosial Instagram sebagai media promosi Transera *Waterpark* Bekasi menampilkan keberagaman atraksi wisata yang dimiliki agar munculnya sebuah minat untuk berkunjung ke tempat wisata air tersebut. Penurunan kualitas daya tarik wisata di suatu destinasi wisata akan berdampak pada minat berkunjung ke tempat wisata, mengingat daya tarik wisata merupakan faktor yang menentukan minat atau motivasi wisata untuk berkunjung. Minat sebagai dorongan, yaitu rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan minat untuk berkunjung ulang, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif. Faktor yang diindikasikan sebagai stimulus yang memotivasi niat berkunjung adalah persepsi wisatawan sendiri terhadap kualitas daya tarik wisata.

Salah satu hal yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berkunjung adalah adanya promosi melalui sosial media Instagram. Dengan adanya postingan promosi di akun Instagram @transerawaterpark.bekasi akan menambah informasi dan tawaran-tawaran menarik untuk calon pengunjung tersebut. Promosi inilah yang mampu mempengaruhi seseorang untuk berkunjung ke tempat wisata air Transera *Waterpark* Bekasi. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji pengaruh promosi Transera *Waterpark* Bekasi di Instagram terhadap minat berkunjung menggunakan studi kuantitatif pada akun Instagram @transerawaterpark.bekasi.



1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada Pengaruh Promosi Transera Waterpark Bekasi di Instagram Terhadap Minat Berkunjung ke Transera *Waterpark* Bekasi pada *Followers* akun Instagram @transerawaterpark.bekasi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menemukan masalah dan pertanyaan yang ingin dijawab oleh penulis yaitu :

1. Apakah ada pengaruh promosi Transera Waterpark Bekasi di Instagram terhadap minat berkunjung ke Transera Waterpark Bekasi pada *followers* akun Instagram @transerawaterpark.bekasi?
2. Seberapa besar pengaruh promosi Transera Waterpark Bekasi di Instagram terhadap minat berkunjung ke Transera Waterpark Bekasi pada *followers* akun Instagram @transerawaterpark.bekasi?

1.4 Maksud dan Tujuan

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka maksud dan tujuan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh promosi Transera Waterpark Bekasi di Instagram terhadap minat berkunjung ke Transera Waterpark Bekasi pada *followers* akun Instagram @transerawaterpark.bekasi.
2. Untuk mengetahui besaran pengaruh promosi Transera Waterpark Bekasi di Instagram terhadap minat berkunjung ke Transera Waterpark Bekasi pada *followers* akun Instagram @transerawaterpark.bekasi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis berharap dari hasil penelitian yang didapat bisa berguna baik secara teoritis maupun secara praktis antara lain :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya pada bidang Ilmu Komunikasi khususnya mengenai Komunikasi Pemasaran, serta dapat menambah wawasan mengenai pemanfaatan Instagram untuk promosi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pengelola industri wisata khususnya bisnis *waterpark*, pengguna Instagram dan media, pelaku praktisi Humas di mana Instagram dapat digunakan untuk media promosi dan juga media informasi.

