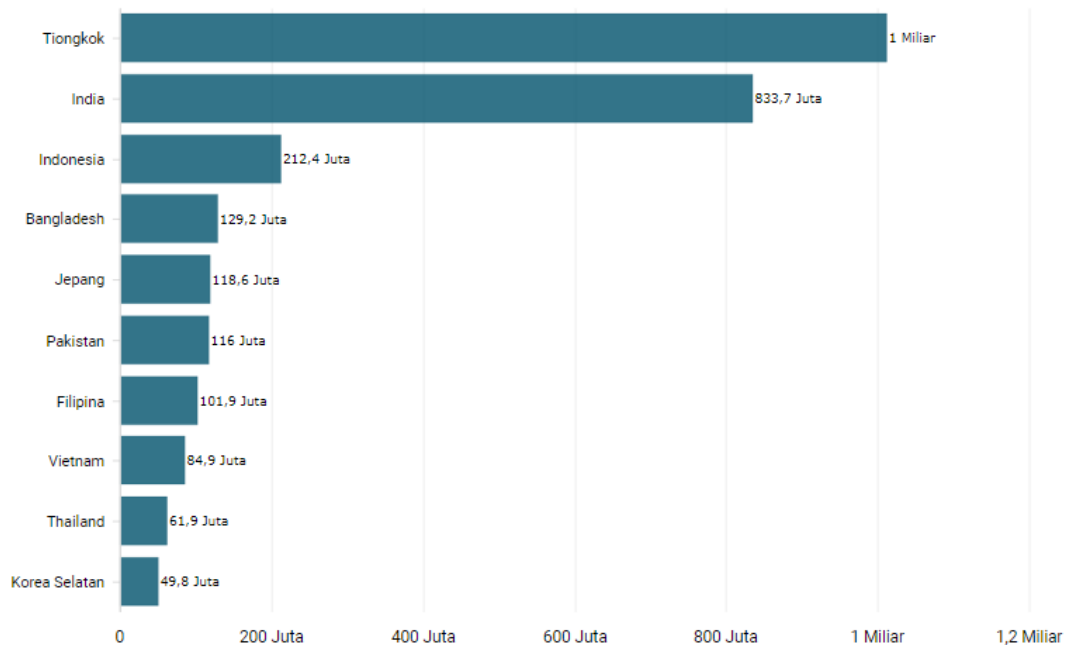


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat Indonesia dengan gaya yang sangat konsumtif tidak lepas dari pesatnya perkembangan teknologi internet. Berdasarkan data, Indonesia berada pada peringkat ke - 3 pada jumlah pengguna internet di Asia. Salah satu negara dengan pengguna Internet terbanyak adalah Tiongkok. Dan menurut data *Internet World Stats*, China mempunyai jumlah pengguna internet sebanyak 1,01 pada bulan Juli 2022, jumlah penggunanya mencapai 69,8% dari keseluruhan penduduknya. Pengguna internet terbesar kedua selanjutnya merupakan India, yakni dengan 833,71 juta total pengguna, lalu di susul oleh Negara kita Indonesia dengan 212,35 juta pengguna internet (76,5%). Dan di urutan ke empat ada Bangladesh dengan 129,18 juta pengguna internet (97,2%), dsb. Berdasarkan peningkatannya, total pengguna internet di Asia pada bulan Juli 2022 mencapai 2,94 juta orang atau 67,4% dari jumlah penduduknya. (Viva Budy Kusnandar, 2022)



Gambar 1.1 Data Negara Asia dengan Pengguna Intener Terbanyak

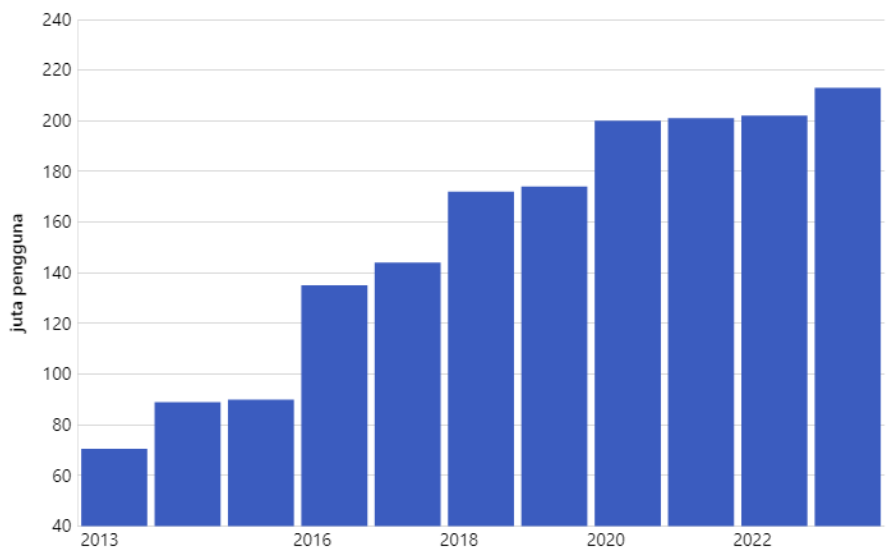
(Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>)

Jumlah waktu penggunaan internet di setiap orang pun tentu berbeda. Dan Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *Hootsuite* laporan itu berisi riset tentang pola penggunaan media sosial pada beberapa Negara, termasuk Indonesia. Dan menurut hasil riset tersebut, rata - rata orang Indonesia mengakses media social sekitar 3 jam 14 menit sehari. Penggunaan media sosial saat ini menjadi tren budaya digital baru yang digemari banyak masyarakat. Media sosial ini juga memiliki berbagai keistimewaan yang unik. Misalnya, Media Sosial WhatsApp adalah aplikasi media sosial unik untuk berbagi pesan dan melakukan panggilan efektif kepada pengguna. Lalu ada YouTube, yang mencakup berbagai video musik, film, podcast, dan banyak lagi. Namun ada aplikasi lain yang sangat populer di kalangan pengguna media sosial yaitu Instagram. Berdasarkan data Napoleon Cat, terdapat 109,33 juta pengguna Instagram di Indonesia per April 2023. Dibandingkan tahun lalu, jumlah pengguna Instagram di Indonesia meningkat sebesar 3,15%. Per April 2022, jumlah pengguna Instagram di Indonesia pun meningkat pesat sebanyak 105,99 juta.

Pada Juni 2022 sampai dengan Januari 2023 Penggunaan Instagram di Indonesia sempat mengalami penurunan. Tetapi, jumlahnya kembali naik sejak Februari 2023. Dan penggunaan aplikasi Instagram didominasi oleh perempuan dengan jumlah sebesar 53,1%. Sementara, pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki di Indonesia hanya sebesar 46,9%. Instagram menempati peringkat ketiga setelah YouTube dan WhatsApp sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh penduduk Indonesia.

Instagram adalah salah satu jaringan paling berpengaruh di Indonesia. Platformnya cukup dinamis dan mencakup beberapa komunitas yang saling terhubung. Instagram sangat ramai digunakan oleh masyarakat modern saat ini dan hampir menjadi suatu aplikasi media sosial yang

wajib dimiliki. Media sosial ini memiliki beberapa fitur yang dapat memudahkan penggunanya untuk berbagi cerita kepada sesama pengguna aplikasi Instagram tersebut tanpa batasan unggahan. Di dalam Instagram ini bebas membagikan hal apa saja dan biasanya didalamnya berisi sebuah visual foto atau pun video untuk dibagikan, dan pemilihan *feed* Instagram ini pun biasanya dipilih yang terbaik. Foto *selfie* pun dapat di *upload* jika memiliki hal unik dan khas di dalamnya dengan penambahan, teks, audio, *caption*.



Gambar 1. 2 Data Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : (databoks.katada.co.id)

Menurut laporan dari *We Are Social*, total penggunaan internet di Indonesia berjumlah 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini hampir sama dengan 77% dari total penduduk Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun 2023. Penggunaan internet di Indonesia mengalami kenaikan 5,44% dari pada tahun sebelumnya, dan akan terus meningkat. (Cindy Mutia Annur, 2023)

Instagram yang merupakan platform media berbasis teks, audio, dan video menjadi salah satu aplikasi yang dapat membantu penggunanya mengekspresikan perasaannya. Seperti sindiran,

kebahagiaan, marah, dan kesedihan, dapat dengan mudah di ekspresikan di dalam Instagram. Jadi, bukan hanya hal positif saja yang dapat disebarakan melalui Instagram, hal negatif pun dapat di ekspresikan pula. Kepopuleran Instagram saat ini banyak digandrungi oleh semua orang karena aplikasi ini dapat membantu penggunanya membuat galeri pribadi online dengan mengupload foto dan video yang menjadi focus kegunaan dari media. Dan tentunya pemilik akun Instagram ini dapat sangat mudah mengedit foto dan video yang akan mereka unggah dengan memanfaatkan fitur dari Instagram yang sudah di sediakan.

Penggunaan sosial media instagram banyak memiliki manfaat dan dipergunakan sebagai salah satu alternatif dalam memasarkan suatu produk. Produk yang dapat dipasarkan pun bermacam – macam. Bisa dari properti, fashion, atau jasa. Pertumbuhan pengguna instagram yang semakin meningkat membuat aplikasi Instagram ikut meningkatkan kualitas aplikasinya. Hal ini pun membuat banyak masyarakat yang memiliki bisnis pribadi, organisasi, hingga kelompok ikut mempromosikan bisnisnya melalui instagram. Tak terkecuali para pemilik hotel yang ikut mempromosikan propertinya melalu media sosial Instagram ini.

Penggunaan Instagram sebagai salah satu strategi marketing promosi juga dilakukan salah banyak hotel di pusat kota Malang. Hotel Ubud dan Cottages Malang adalah salah satu produk pariwisata yang menggunakan Instagram sebagai media promosi utama dibanding media lainnya. Faktor yang membuat Hotel Ubud dan Cottages ini ikut mempromosikan *room* nya melalui Instagram adalah karena ke efisien waktu dan biaya. Karena saat ini banyak orang sudah kurang tertarik dengan media cetak dan lebih memilih media digital. Media digital ini memang jauh lebih menarik karena memiliki visual yang beragam seperti terdapat audio, teks, hingga video yang dapat di unggah melalui Instagram ini.

Hotel Ubud dan Cottages memiliki lebih dari 10 ribu pengikut, tepatnya 13.700 pengikut di laman Instagramnya dan sudah mem post lebih 200 postingan di dalam Instagramnya. Saat kita membuka laman Intagram dari Hotel Ubud & Cottages Malang akan langsung disuguhkan dengan konten yang sangat bernuansa Bali dan dapat membuat kita nostalgia akan kenangan di Pulau Seribu Pura tersebut. Kegiatan promosi Hotel Ubud dan Cottages ini juga berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Namun, menggunakan Instagram dan melakukan promosi secara terus menerus dapat otomatis membuat orang tertarik dengan konten yang di promosikan. Dan dalam hal promosi ini dapat dilakukan secara terus menerus aktif, dan pasif agar para penonton Intagram tertarik. Instagram yang menjadi salah satu penunjang promosi utama Hotel Ubud & Cottages Malang ini juga selalu mendapat respon positif dari followersnya. Contohnya dengan adanya komen di dalam postingan akun tersebut yang terbukti menarik perhatian para calon konsumen baru. Promosi dengan meggunakan strategi diskon juga sangatlah menarik perhatian konsumen tentunya. Dan bahkan banyak selegram Malang yang ikut membagikan keseruan mereka melalui channel instagram mereka masing - masing.

1.2 Rumusan Masalah

Adakah pengaruh Terpaan Konten Intagram Hotel Ubud dan Cottages Malang terhadap keputusan untuk datang dan berkunjung para konsumennya.

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh Terpaan Konten terhadap keputusan konsumen untuk datang dan berkunjung di Hotel Ubud dan Cottages Malang.

1.4 Manfaat

Dari penelitian diharapkan memiliki beberapa manfaat :

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan kontribusi bagi penelitian mengenai perkembangan media baru juga ilmu mengenai komunikasi pemasaran dan terpaan media serta ilmu yang berhubungan dengan media sosial.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa sebagai acuan untuk seluruh pegiat media sosial agar dapat mengetahui bagaimana media sosial mempengaruhi kehidupan sosial dan ekonomi seseorang.

