

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Manajemen pemasaran merupakan pendekatan strategis yang dapat membantu perusahaan untuk merencanakan, mengimplementasikan, dan mengelola upaya pemasaran dengan tujuan untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan konsumen. Menurut Kotler & Keller (2009), Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi. Sedangkan Pemasaran event mempunyai fungsi dan peranan yang sangat tinggi dalam membentuk dan meningkatkan brand image. Menurut Y. Koh dan Jackson (2006), event dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkenalkan brand image dengan produknya secara langsung, karena dapat berinteraksi langsung dengan konsumen. Dengan brand image yang kuat akan membedakan perusahaan dengan pesaingnya. Karena brand image pada suatu perusahaan tidak dapat disamakan dengan brand image perusahaan lain. Dengan menciptakan sebuah event, perusahaan bermaksud memberikan kesan mendalam terhadap konsumen sehingga dapat meningkatkan brand image.

Pada pemasaran event, merek menjadi sangat penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing yang dapat menghasilkan nilai tambah dan mendorong penjualan. Dengan adanya brand image dapat mempermudah konsumen untuk membedakan produk satu dengan yang lainnya serta dapat memudahkan konsumen untuk mengingat brand pada event tersebut. Dalam menumbuhkan minat berkunjung, konsumen juga sering melihat bagaimana image dari suatu merek terlebih dahulu. Brand Image adalah tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen (Keller., 2013). Potensi pada sebuah event dapat dilakukan dengan membangun atau meningkatkan

brand image yang baik dan kuat pada event tersebut agar dapat tersirat dibenak konsumen. Untuk membangun brand image yang kuat saat ini dapat dilakukan dengan cara membangun pemasaran digital menggunakan suatu media branding berbasis teknologi.

Seiring berkembangnya teknologi, saat ini aktivitas pemasaran sudah beralih menggunakan konsep pemasaran digital secara online yang artinya, menggunakan internet sebagai sarana pemasaran utamanya. Pemasaran digital merupakan bentuk pemasaran yang dilakukan melalui media digital seperti internet, media sosial, aplikasi mobile, dan platform lainnya. Platform tersebut dapat menjadi media branding untuk meningkatkan brand image dari event tersebut. Media branding yang menggunakan saluran media sosial sudah memiliki peran kuat dalam membentuk penggunaannya untuk berkomunikasi dan berbagi informasi kepada antar pengguna melalui foto, video, suara, dan teks. Saat ini sudah banyak ditemui pelaku usaha termasuk tempat pariwisata Jawa Timur Park Group yang memanfaatkan saluran media sosial karena dianggap praktis untuk dapat memasarkan produk atau event yang ada di sana.

Upaya yang dilakukan Jawa Timur Park Group untuk mempromosikan destinasi pariwisatanya tersebut dengan menyelenggarakan sebuah event lari yaitu Dino Night Run (DNR). Dino Night Run merupakan acara olahraga lari malam yang menawarkan pengalaman unik bagi peserta yang ingin menjelajahi area Dino Park, Legend Stars Park, Dino Mall, dan Millennial Glow Garden. Pelaksanaan event ini tidak hanya untuk mendatangkan pengunjung saja, akan tetapi pengunjung juga harus mengetahui manfaat apa yang akan mereka dapatkan ketika menghadiri event ini. Cara agar event Dino Night Run ini dapat menarik banyak pengunjung yang hadir dalam acara tersebut, maka diperlukan promosi agar event ini dapat perlahan masuk ke tengah masyarakat dan dapat dikenal serta mudah diingat oleh masyarakat. Proses membangun identitas dari suatu event disebut dengan event branding yang bertujuan agar masyarakat mengetahui keberadaan event tersebut. Dengan memanfaatkan media sosial sebagai media branding dan promosi, maka dapat membangun brand image

dari event Dino Night Run. yang Seiring dengan berkembangnya pemasaran digital, promosi yang dilakukan pada event tersebut sudah dipromosikan melalui platform media sosial seperti Instagram.

Media sosial Instagram merupakan aplikasi yang efektif sebagai media branding karena Instagram merupakan platform berbagi gambar dan video yang berisi tentang informasi, edukasi, dan entertainment yang dapat digunakan untuk membangun brand image dan mempromosikan event tersebut, serta dapat berinteraksi dengan para audiens secara langsung sehingga mampu menumbuhkan engagement dengan para audiens. Engagement adalah cara untuk mengukur interaksi audiens lebih mendalam serta mengukur pengaruh dari suatu konten yang di posting pada akun media sosial Instagram Dino Night Run. Untuk mendapatkan engagement dapat diperoleh dengan cara melihat data yang ada di fitur Insight Instagram, Insight dapat membantu digital marketer untuk melihat keterlibatan audiens terhadap suatu konten yang di posting pada akun Instagram Dino Night Run, serta dapat membantu untuk mengukur kesuksesan dalam membranding event Dino Night Run di Jawa Timur Park 3. Hal ini dibuktikan dengan bertambahnya pengikut pada akun media sosial Instagram Dino Night Run yang hampir mendekati angka 1000 dalam jangka waktu hampir 1 bulan dan jumlah views pada konten video yang diupload mencapai 24 ribu penonton, serta audiens yang menyukai postingan event Dino Night Run mencapai 1.172 likes. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya data insight pada akun Instagram Dino Night Run di bawah ini :

Tabel 1.1 Data Pengikut Instagram Dino Night Run

Data Pengikut Pada Akun Instagram Dino Night Run			
1 Agustus – 28 September			
Jumlah Pengikut	Lokasi	Usia	Jenis Kelamin
977	- Malang : 24.2% - Kota Batu : 12.8% - Jakarta : 7%	- Usia 13-17 tahun : 2.3% - Usia 18-24 tahun : 25.4% - Usia 25-34 tahun : 48.6%	- Laki-laki : 53.9% - Perempuan :

- Surabaya : 7%	- Usia 35-44 tahun : 18.5%	46%
- Dau : 4.6%	- Usia 45-54 tahun ; 3.8%	
	- Usia 55-64 tahun : 0.5%	
	- Usia 65+ tahun : 0.6%	

Sumber : Data insight media sosial Instagram Dino Night Run

Tabel 1.2 Data Insight Konten Video Instagram Dino Night Run

Data Insight Konten Video Instagram Dino Night Run					
Video	Views	Like	Comment	Share	Save
Video Teratas No.1 (Penutupan Acara Dino Night Run)	24.735	1.172	48	52	15
Video Teratas No.2 (Promosi di CFD Malang)	20.782	445	32	51	14
Video Teratas No.3 (Promosi di CFD Malang)	14.006	299	16	17	3

Sumber : Data insight media sosial Instagram Dino Night Run

Berdasarkan data insight yang diperoleh di atas, didapatkan bahwa 53.9% audiensnya adalah laki-laki dengan usia rata-rata 20-34 tahun mendominasi serta jumlah pencapaian konten teratas yang diposting pada akun Instagram Dino Night Run sangat tinggi. Dalam hal ini media sosial yang ditonjolkan oleh perusahaan yakni Instagram karena lebih modern sehingga dapat menyampaikan pesan lebih cepat dan sesuai dengan target audiens. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi keuntungan dalam memanfaatkan media sosial sebagai media branding dan media promosi untuk meningkatkan brand image pada event Dino Night Run di Jawa Timur Park 3 karena dilihat dari banyaknya audiens yang tertarik dan berinteraksi pada konten yang di posting pada akun Instagram tersebut, maka akan menumbuhkan ketertarikan audiens untuk mencari tahu dan mengikuti perkembangan event tersebut pada laman akun instagramnya dan mampu menumbuhkan minat berkunjung pada event Dino Night Run.

Dari beberapa hal yang sudah disampaikan di atas, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana proses meningkatkan brand image pada event Dino Night Run dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media branding dan media promosi di Jawa Timur Park 3 untuk menarik

kunjungan wisatawan dari postingan konten yang diunggah pada akun tersebut. Melalui penelitian ini diharapkan dapat membantu para peneliti lain dalam menemukan fenomena baru yang akan dikaji lebih lanjut, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih mendalam.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang tersebut, maka fokus penulis dapat disimpulkan sebagai berikut :

Bagaimana cara meningkatkan brand image melalui media sosial Instagram pada event Dino Night Run di Jawa Timur Park 3.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui bagaimana strategi penggunaan media sosial Instagram sebagai media branding dalam meningkatkan brand image pada event Dino Night Run di Jawa Timur Park 3.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat untuk menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu sebagai bahan pembelajaran dan perbandingan yang dapat digunakan dalam pengembangan penelitian ilmu manajemen pemasaran. Selain itu juga dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian berikutnya yang mampu memperbaiki kelemahan dalam penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Jawa Timur Park 3 untuk dapat meningkatkan kemampuannya dalam memanfaatkan Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan brand image pada event ini maupun event selanjutnya melalui promosi iklan. Serta dapat menjadi masukan bagi tim marketing dan media sosial event Dino Night Run untuk tetap mempertahankan brand image yang telah dibangun

melalui media sosial Instagram dan memperbaiki setiap kekurangan pada event ini

