

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern membuat kita harus mampu beradaptasi. Dari berbagai macam sektor di Indonesia dapat kita lihat bagaimana perkembangannya yang sangat pesat, hal ini tidak lepas dengan perkembangan teknologi. Dengan berkembangnya teknologi saat ini, membuat manusia hidup di era *digital*. Era *digital* merupakan suatu masa di mana sebagian besar masyarakat pada era tersebut menggunakan sistem kemajuan teknologi dalam kehidupan sehari-harinya. Hal ini dapat dilihat dari hadirnya transformasi produk media seperti *e-book* , *e-library*, *e-shop* dan sebagainya.

Namun, pada saat ini, kita dapat melihat perkembangan era *digital*, dengan munculnya media sosial, dimana media sosial ini mampu menjelma menjadi tonggak pembantu dalam kehidupan manusia. Media sosial merupakan media yang dibuat untuk memperluas interaksi sosial manusia. Berbagai macam media sosial dapat kita gunakan contohnya adalah Whatsap, Youtube, Instagram, dan sebagainya (Mafiroh,2019).

Media sosial ini hadir dengan memberikan keunikannya masing-masing, sehingga para pengguna dapat menyesuaikan penggunaannya sesuai dengan kebutuhan. Salah satu media sosial yang dapat digunakan adalah Instagram. Instagram didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010, Instagram hadir sebagai inovasi terbaru dalam jejaring sosial. Instagram lebih memberikan kemudahan dan kenyamanan terhadap fitur-fitur yang digunakan, sehingga banyak pelaku usaha dan

bisnis yang kemudian memilih Instagram sebagai media promosi, karena promosi pada Instagram lebih efektif, efisien, serta mampu membidik banyak target, dibandingkan dengan media sosial lainnya yaitu whatsapp yang kegunaannya lebih kepada media komunikasi secara intens dan nyaman. Selain memanfaatkan kemudahan Instagram dalam dunia bisnis, Instagram juga dimanfaatkan untuk mempromosikan objek wisata disuatu daerah.

Menurut Kotler dan Keller (2016) promosi merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen atau pasar yang dituju, dengan tujuan menyampaikan informasi mengenai produk atau perusahaan agar mereka mau membeli.

Pada saat ini, promosi menggunakan media konvensional seperti, penggunaan baliho, poster, serta booklet kurang efektif dikarenakan membutuhkan biaya yang besar dalam proses pembuatannya. Dengan munculnya teknologi, mampu mengubah aspek kehidupan salah satunya adalah sektor pariwisata.

Menurut data penelitian Nielsen tentang pembelian yang diklaim konsumen global pada tahun 2018, perjalanan adalah kategori mode pembelian online tertinggi kedua di dunia, peringkat pertama di kawasan Asia-Pasifik (Nielsen, 2018). Oleh karena itu, pariwisata merupakan sektor potensial yang dapat dikembangkan serta mampu menambah pendapatan suatu daerah. Peluang ini dimanfaatkan pemerintah kota Padang panjang, untuk mengelola wisata yang dimiliki.

Menurut Undang - Undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi,

pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.

Menurut Padangpanjang.go.id (2018) Padang panjang merupakan posisi yang cukup strategis karena terletak di lintasan antara Kota Padang dengan Kota Bukittinggi, juga dengan Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Solok dan Kota Solok. Di Padang panjang, terdapat berbagai macam wisata diantaranya wisata kuliner, wisata rekreasai, wisata edukasi kebudayaan. Salah satu wisata edukasi kebudayaan yang dapat di kunjungi di Padang panjang adalah Museum Bustanil Arifin atau yang biasa dikenal dengan Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM), yang terletak di Kelurahan Silaing Bawah.

PDIKM adalah museum yang memberikan informasi mengenai kebudayaan Minangkabau dan mengumpulkan berbagai dokumen atau bacaan mengenai kebudayaan minangkabau. Kemudian PDIKM merupakan wisata edukasi dan kebudayaan unggulan kota Padang panjang yang terdapat berbagai macam koleksi buku, kolese foto-foto bersejarah, dan beberapa alat musik tradisional yang tidak ada di objek wisata lainnya.

Kemudian yang menjadi daya tarik dari PDIKM ialah dibangunnya bentuk tiruan rumah gadang yang didalamnya terdapat koleksi benda-benda sejarah Minangkabau seperti beberapa alat-alat musik tradisional, dokumen dalam album, serta dalam rumah gadang ini memang dibuat asli seperti rumah gadang yang sebenarnya, dimana terdiri dari beberapa bilik-bilik, anjungan, serta ruangan tengah.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapat perhatian

umum, seperti peninggalan sejarah, seni, buku sejarah, dan tempat menyimpan barang kuno. Didirikannya museum untuk dilestarikan dan menjaga benda-benda bersejarah sebagai upaya pelestarian potensi objek daya tarik wisata budaya. Museum juga mempunyai peranan penting sebagai media edukasi yaitu dalam upaya melestarikan kebudayaan agar tidak lekang oleh waktu.

Namun, untuk membangun citra museum yang hanya digunakan untuk menyimpan benda-benda kuno, kini dapat berubah menjadi lebih kekinian (*instagramable*) selain itu, PDIKM juga tersedia fasilitas – fasilitas pendukung yang dapat digunakan oleh pengunjung seperti, pentas seni, gazebo, serta taman yang luas untuk dijadikan objek berfoto, kemudian fasilitas tersebut juga dapat digunakan untuk *event-event* penting yang ada di Padang panjang

Berdasarkan wawancara awal penulis kepada salah satu admin pengelola akun Instagram PDIKM. Untuk dapat menjaga keeksistensian dari PDIKM ini agar bisa bertahan, di era digital saat ini. PDIKM perlu diperkenalkan kepada masyarakat luas, agar potensi keunikan dari PDIKM ini bisa diketahui oleh khalayak ramai. Oleh karena itu, diperlukannya promosi wisata salah satunya dengan memanfaatkan teknologi yaitu dengan penggunaan Instagram.

Pengelolaan akun Instagram yang terorganisir dan menarik dapat membuat promosi efektif, dimana dapat membangun profil dari Instagram itu sendiri. Untuk saat ini, postingan Instagram pada PDIKM hanya fokus pada pemanfaatan fitur- fitur yang disediakan, tetapi belum maksimal dalam menyuguhkan konten yang menarik agar bisa mendapatkan jangkauan yang luas seperti meningkatnya *followers* pada Instagram. Jika, Instagram memiliki jangkauan postingan yang luas, maka akan

membantu membangun interaksi menjadi semakin lebih bervariasi antara pengguna dengan *followers*.

Selain itu, konten yang disajikan pada postingan Instagram PDIKM masih belum memiliki strategi pola *update* yang terstruktur dan konsisten, sehingga untuk terciptanya waktu potensial yang dapat memunculkan umpan balik (*feedback*) dari *followers* itu masih rendah. Oleh karena itu, perlu diperhatikan strategi agar pesan yang disampaikan pada postingan Instagram bisa tepat dalam membidik target yang diinginkan, Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penulisan Laporan Tingkat Akhir lebih lanjut mengangkat judul mengenai **“PENERAPAN DIGITALISASI PROMOSI PARIWISATA MENGGUNAKAN INSTAGRAM PADA MUSEUM BUSTANIL ARIFIN (PDIKM) KOTA PADANG PANJANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dituliskan di atas, dapat dirumuskan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana penerapan digitalisasi promosi pariwisata menggunakan Instagram pada Museum Bustanil Arifin (PDIKM) Padang panjang?
2. Apa saja tantangan digitalisasi promosi pariwisata menggunakan Instagram pada Museum Bustanil Arifin (PDIKM) Padang panjang?
3. Apa saja solusi yang dilakukan Museum Bustanil Arifin (PDIKM) Padang panjang dalam menerapkan digitalisasi promosi pariwisata menggunakan Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan digitalisasi promosi pariwisata menggunakan instagram pada Museum Bustanil Arifin (PDIKM) Padang Panjang.
2. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi PDIKM dalam melakukan digitalisasi promosi pariwisata menggunakan Instagram pada Museum Bustanil Arifin (PDIKM) Padang Panjang
3. Untuk mengetahui solusi yang dilakukan Museum Bustanil Arifin (PDIKM) Padang panjang dalam menerapkan digitalisasi promosi pariwisata menggunakan Instagram

1.3 Manfaat Magang

Manfaat magang terdiri dari dua manfaat yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi tugas akhir sebagai persyaratan untuk mendapat gelar diploma (A.Md) Jurusan Manajemen Pemasaran Program Diploma III fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas.
 - b. Sebagai penerapan ilmu – ilmu teori kuliah dalam membandingkan kenyataan keadaan yang ada di lapangan
 - c. Untuk sebagai referensi mahasiswa lain dalam melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai masukan bagi PDIKM untuk bisa melakukan pengembangan konten dalam media sosial agar lebih menarik lagi
- b. Dapat diharapkan menjadi bahan pertimbangan dimasa yang akan datang dalam mengembangkan potensi wisata agar dapat menarik minat wisatawan berkunjung

1.4 Tempat dan Waktu Magang

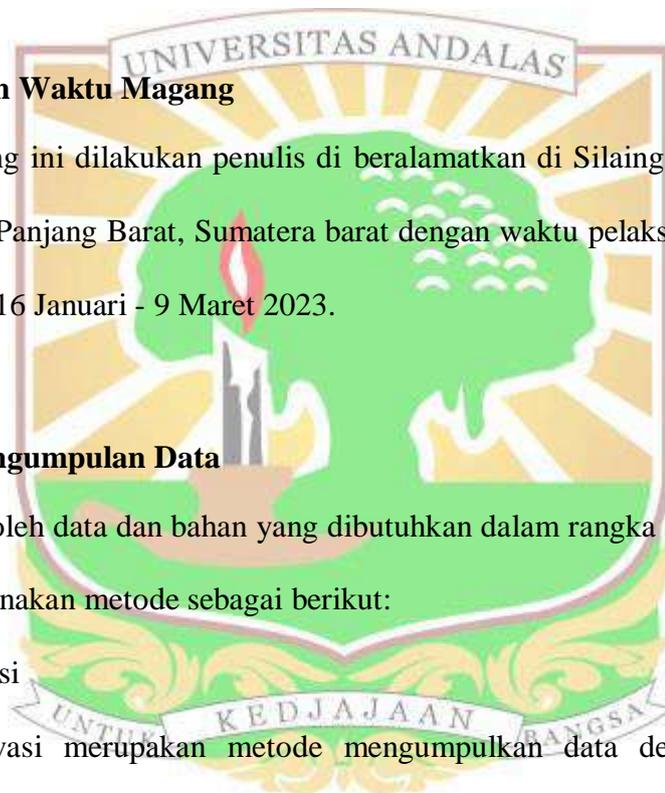
Aktifitas magang ini dilakukan penulis di beralamatkan di Silaing Bawah, komplek Mifan, Padang Panjang Barat, Sumatera barat dengan waktu pelaksanaan magang 40 hari kerja pada 16 Januari - 9 Maret 2023.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan bahan yang dibutuhkan dalam rangka magang ini, maka penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Observasi

Metode Observasi merupakan metode mengumpulkan data dengan mengamati langsung di lapangan. Proses ini berlangsung dengan pengamatan yang meliputi melihat, merekam, menghitung, mengukur, dan mencatat kejadian. Metode Observasi bias dikatakan merupakan kegiatan yang meliputi pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian sedang dilakukan oleh penulis.



2. Wawancara

Melakukan pengumpulan data dan informasi dengan cara tanya jawab kepada pihak perusahaan dan perwakilannya, untuk mengetahui informasi dan manfaat setelah diterapkannya strategi promosi yang telah dilakukan.

3. Tinjauan Pustaka

- a) Kepustakaan (Library Research) merupakan metode pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku literature serta tulisan – tulisan yang berhubungan dengan sosial media, komunikasi pemasaran, dan pariwisata
- b) Lapangan (Field research) merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan mendatangi objek bersangkutan melalui observasi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar lebih terarahnya penulisan tugas akhir ini, maka penulis membuat sistematika penulisan yang terdiri dari 5 (lima) bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan latar belakang penulisan, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode pengumpulan data, rencana kegiatan dan sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi teori-teori dan konsep yang menjadi dasar dari penerapan digitalisasi promosi pariwisata menggunakan instagram pada Museum Bustanil Arifin kota Padang Panjang

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum museum pdikm padang pajang visi dan misi, struktur organisasi, serta uraian tugas, serta fasilitas yang disediakan PDIKM

BAB IV: PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan penjelasan tentang penerapan digitalisasi promosi pariwisata menggunakan Instagram pada Museum Bustanil Arifin Kota Padang Panjang.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran-saran yang sifatnya membangun, guna untuk perbaikan dan perubahan di masa yang akan datang.

