

Yanti. S. E, Hairunnisa (2023). Analisis Komunikasi Pemasaran Wisata Ladang Budaya Melalui Promosi di Instagram @ladayakukar dalam Meningkatkan Pengunjung. *Prediksi Vol. 22(2). 175-180*

Analisis Komunikasi Pemasaran Wisata Ladang Budaya Melalui Promosi di Instagram @ladayakukar dalam Meningkatkan Pengunjung

Syahrimea Ernika Yanti¹, Hairunnisa^{2*}

^{1,2}Universitas Mulawarman Samarinda

Email: : 1syahrimae@mail.com, 2nisa_heriyanto1701@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received:

18 Mei 2023

Received in revised form:

29 Mei 2023

Accepted:

28 Juni 2023

Keyword:

Marketing Communication, Instagram, Ladang Budaya Kukar.

Kata Kunci:

Komunikasi Pemasaran, Instagram, Ladang Budaya Kukar.

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of analyzing Ladaya's marketing promotion strategy in attracting visitors. How to keep visitors coming to Ladaya and make Ladaya a recommended tourist attraction for family and family holidays. The subjects of this study had certain characteristic qualities determined by the researchers to draw conclusions from descriptive analysis using research techniques and instruments, as well as data collection for research results. This study uses a descriptive qualitative approach with the methods used for data collection in the form of in-depth observations, namely observation, interviews, and documentation. The results showed that the Promotion Mix carried out by Cultural Field Tourism was very effective and went well, including the Promotion Mix according to Kotler & Armstrong (2012: 408), Advertising, Personal Sales and Sales Promotion. Where each of these mixes has the same function, namely promoting according to its purpose.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis strategi promosi pemasaran Ladaya dalam menarik pengunjung. Bagaimana caranya agar pengunjung terus berdatangan ke Ladaya dan menjadikan Ladaya sebagai Objek Wisata yang direkomendasikan untuk Liburan keluarga dan kerabat. Subjek penelitian ini mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulan analisis deskriptif dengan menggunakan teknik dan instrument penelitian, serta pengumpulan data untuk hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode yang digunakan untuk pengumpulan data berupa pengamatan mendalam yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bauran Promosi yang dilakukan oleh Wisata Ladang Budaya sudah sangat efektif dan berjalan dengan baik, yaitu diantaranya Bauran Promosi (promotion mix) menurut Kotler & Amstrong (2012:408), Periklanan, Penjualan Poersonal dan Promosi Penjualan. Yang dimana masing-masing dari Bauran tersebut memiliki fungsi yang sama yaitu melakukan promosi dengan sesuai tujuannya.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

* Corresponding author: nisa_heriyanto1701@gmail.com

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki berbagai macam destinasi wisata yang tersebar diberbagai daerah dengan ragam objek wisata yang beraneka ragam mulai dari objek wisata yang menyajikan keindahan alam sampai wisata budaya dengan segala karakteristiknya. Salah satu daerah yang menyuguhkan objek wisata melalui keindahan alamnya adalah propinsi Kalimantan timur dengan berbagai sektor pariwisata selain menjadi sumber pendapatan daerah juga dapat memberikan nilai tersendiri untuk daerah tersebut.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis melalui wawancara dengan baik keyinforman atau warga sekitar, diperoleh informasi bahwa Semenjak pandemi Covid 19, bannya objek wisata yang tutup sementara atau bahkan gulung tikar. Namun, Ladang Budaya masih bertahan di era pandemi seperti pada Gambar 1 yang menunjukkan penurunan dari wisatawan yang berkunjung ke Ladang Budaya pada tahun 2021 hingga 2022. Dengan penurunan tersebut membuat Marketing Ladang Budaya harus melakukan promosi untuk meningkatkan wisatawan untuk berkunjung.

Dalam hal menarik minat pengunjung wisatawan pihak pengelola Ladang Budaya membuat sebuah akun instagram dimana saat ini media social tersebut sedang populer dimasyarakat baik dikalangan orang tua ataupun dikalangan anak muda. Ladaya juga ingin selalu memberikan sajian yang berbeda beda setiap waktunya, mulai dari menambah spot foto, wahana dan tempat pembelajaran untuk anak-anak. Dengan melihat uraian diatas maka peneliti tertarik untuk lebih menekankan dan meneliti lebih lanjut melalui skripsi yang berjudul "Analisis Komunikasi Pemasaran Wisata Ladang Budaya Melalui Promosi di Instagram @ladayakukar dalam Meningkatkan Pengunjung".

Adapun dalam penelitian ini rumusan masalah yang ditetapkan adalah "Bagaimana Komunikasi Pemasaran Wisata Ladang Budaya melalui Promosi di Instagram @ladayakukar Dalam Meningkatkan Pengunjung?". Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mendeskripsikan dan menganalisis menganalisis strategi promosi pemasaran Ladaya dalam menarik pengunjung. Kemudian, manfaat yang diharapkan dapat diperoleh yaitu dari Segi Akademis yakni Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian di bidang disiplin ilmu komunikasi. Selain itu, dari Segi Praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi subjek penelitian maupun masyarakat secara luas.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini tergolong pada jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Informan pada penelitian ini sebanyak 6 orang. Data-data penelitian diperoleh dari berbagai sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, sajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Subyek Penelitian

Data primer, adalah data langsung dari lapangan melalui wawancara. Metode pengambilan dilakukan dengan cara wawancara pada key informan. Key Informan (informan kunci) merupakan pihak berkompeten yang secara langsung memahami permasalahan penelitian.

Data sekunder digunakan melengkapi informasi yang terkumpul melalui wawancara dan observasi. Sumber data pendukung penelitian yang meliputi data kepustakaan media sosial, buku, jurnal, dokumentasi, berita, skripsi, serta informasi lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (participant observation), wawancara mendalam (in depth interview), dan dokumentasi (Sugiyono, 2017).

1. Penelitian Kepustakaan (Library Research) yang dimaksudkan untuk mempelajari dan menggali konsep-konsep dan teori yang berhubungan dengan penelitian ini. Kegiatan penelitian ini dilakukan dengan menghimpun data dari berbagai literature, baik dipergustakaan maupun ditempat-tempat lain. Literature yang dipergunakan tidak terbatas hanya pada buku-buku, tetapi dapat juga berupa bahan-bahan dokumentasi.
2. Penelitian lapangan (Field Work Research) yaitu Peneliti mengadakan penelitian di lapangan dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:
 - a. Observasi yaitu mengumpulkan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti telah terjun langsung ke tempat Wisata Ladang Budaya dan melihat secara langsung ramainya tempat tersebut dengan keberagaman pengunjung dari anak-anak hingga orang tua, dan adapun pengunjung yang berasal dari berbagai kota bahkan luar negeri yang datang bersama keluarga, kerabat, serta pasangan. Disanapun peneliti melihat bahwa Ladang Budaya konsisten dengan strategi promosi pemasarannya, dimana peneliti melihat banyak sekali spot-spot foto dan wahana yang sangat menarik dan mengedukasi anak dan pelajar terkhusus untuk Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD).
 - b. Wawancara yaitu teknik yang Peneliti lakukan dengan jalan mengadakan tanya jawab dengan orang-orang yang dapat memberikan informasi data. Peneliti melakukan wawancara dengan Key Informan Kepala Marketing Ibu Nesa Amelia dan 5 Informan para pengunjung yang datang dimulai dari Tenggarong sendiri sampai dengan pengunjung dari berbagai daerah yang peneliti anggap bisa memberi informasi dan mengetahui tentang Wisata Ladang Budaya ini. Peneliti menggunakan teknik wawancara Depth in Interview untuk memperdalam hasil wawancara dan pembahasan fokus dari penelitian ini.
 - c. Dokumentasi yaitu penelitian terhadap data atau catatan-catatan yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen dalam bentuk profil berupa foto, video ataupun audio untuk dijadikan sumber data dan dimanfaatkan untuk menafsirkan, menguatkan dan menguji data yang diperoleh dilapangan.

Teknik Analisa Data

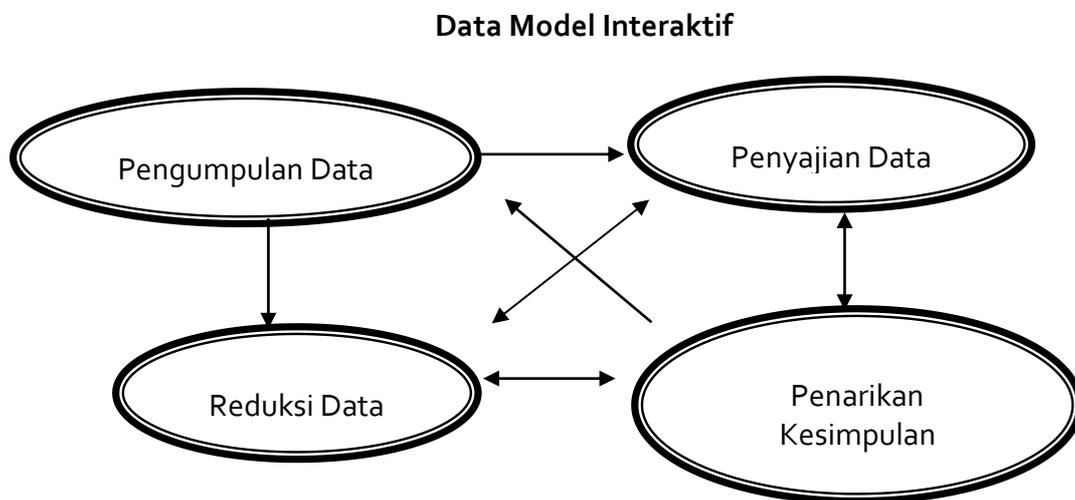
Metode analisa data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan analisa secara kualitatif, penelitian deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan, terutama yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Untuk keperluan tersebut peneliti menyederhanakan data yang diperoleh kedalam bentuk

Syahrina Ernika Yanti, Hairunnisa. (2023)

Prediksi Vol. 22(2). 175-180

yang mudah dibaca, dipahami, yang pada hakekatnya merupakan upaya penelitian untuk mencari jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif (interactive model analysis) yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (2014:14). Adapun model interaktif yang dimaksud sebagai berikut:



Sumber: Miles dan Huberman (Miles dan Huberman, 2014:14)

1. Pengumpulan data adalah data pertama yang dikumpulkan dalam suatu penelitian.
2. Reduksi data yang diperoleh peneliti dilapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi direduksi dengan cara merangkum, memilih dan memfokuskan data pada hal-hal yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan reduksi data dengan cara memilah-milah mengkategorikan dan membuat abstraksi dari catatan lapangan, wawancara dan dokumentasi.
3. Dokumentasi yaitu penelitian terhadap data atau catatan-catatan yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen dalam bentuk profil berupa foto, video ataupun audio untuk dijadikan sumber data dan dimanfaatkan untuk menafsirkan, menguatkan dan menguji data yang diperoleh dilapangan.
4. Kesimpulan, penarikan atau verifikasi Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif modul interaktif adalah penarikan kesimpulan dari verifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka komunikasi pemasaran Wisata Ladang Budaya Kukar melalui media Instagram telah cukup baik dan dapat menarik minat pengunjung atau wisatawan. Tempat Wisata Alam Ladang Budaya Tenggarong merupakan wisata alam pertama yang ada di Tenggarong yang didalamnya menyuguhkan wahana-wahana outbond menarik,

permainan edukasi untuk anak, penginapan dan spot foto yang tidak jauh dari Pusat Kota di Tenggara. Hal ini membuat banyak tempat wisata bermunculan dengan segala keunggulan dan keindahannya juga di Tenggara, Maka dari itu Wisata Ladang Budaya harus membuat promosi untuk mempertahankan peningkatan jumlah pengunjung agar tetap menjadi Wisata ramai pengunjung di Tenggara, khususnya Kukar.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis yang dilakukan, dan pembahasan yang telah diuraikan, maka peneliti menarik kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa Bauran Promosi yang dilakukan oleh Wisata Ladang Budaya sudah sangat efektif dan berjalan dengan baik, yaitu diantaranya Bauran Promosi (promotion mix) menurut Kotler & Amstrong (2012:408), Periklanan, Penjualan Personal dan Promosi Penjualan. Yang dimana masing-masing dari Bauran tersebut memiliki fungsi yang sama yaitu melakukan promosi dengan sesuai tujuannya. Adapun tiga Bauran Promosi tersebut namun ada satu bauran promosi yang kurang efektif bagi Manajemen Ladaya yaitu Penjualan Personal yang dimana promosi tersebut hanya dilakukan melalui mulut ke mulut saja, berbeda dengan dua Bauran lainnya yaitu Periklanan dan Promosi Penjualan karena dua promosi ini dianggap sangat efektif untuk memasarkan Ladaya yaitu dengan membuat akun Instagram dan melakukan promosi di dalam laman akun Instagram Ladaya @ladayakukar dengan membagikan proses- proses kegiatan, permainan edukasi anak yang ada di dalam Ladaya dan menawarkan berbagai promosi diantaranya tawaran potongan harga tiket masuk, paketan menginap keluarga, paketan naik wahana, dan spot foto yang juga menjadi salah satu keunggulan Wisata Ladang Budaya.

Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat saran yang bermanfaat untuk Tempat Wisata Ladang Budaya, di antaranya:

- a. Dalam Penjualan Personal harus lebih ditingkatkan lagi misal, mengikuti bazar-bazar, melakukan seminar ke sekolah-sekolah (mempromosikan outbond untuk anak sekolah) membuka booth di mall (misal mall samarinda untuk menarik pengunjung luar Kota).
- b. Dalam Periklanan selain melakukan Promosi di media sosial Instagram saran peneliti lebih perbanyak penempatan media seperti (papan reklame dan baliho), karena dari perjalanan wisatawan dari luar Kota Tenggara masih belum ada petunjuk arah untuk ke Tempat Wisata Ladang Budaya.
- c. Dalam Promosi yang diberikan Ladaya harus lebih memperbanyak promosi paket kelompok untuk keluarga, karena target audiens Wisata ladang budaya sebagian merupakan keluarga.
- d. Perbanyak wahana yang disuguhkan, agar pengunjung tidak bosan dengan wahana yang ada. Selalu memberikan perbaharuan di setiap tahun atau di setiap bulannya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Afifudin Dan Beni Ahmad Saebani, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Djama'an Satori Dan Aan Komariah, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Donni Juni Priansa, Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Fatihudin, Didin, dan Anang Firmansyah. Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: Deepublish, 2019
- Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: Deepublish, 2019.sus, dan Solusi. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Ibrahim. 2015. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. ALFABETA Moleong, Lext. 2016.
- Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Nisrina, M. (2015). Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang. Yogyakarta: Kobis.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. Instagram Handbook. Jakarta: Media Kita.

JURNAL:

- Lestari, Sinta Petri. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi Pada Rumah Sakit Islam Lumajang). Volume 4, Nomor 2, 139-147. (Diakses 27 Juni 2022). <https://ejournal.undip.ac.id/>
- Dita, A & Dedy, A.H. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan. Volume 11, Nomor 3, 207-216. (Diakses 30 Juni 2022). <https://ejournal.unair.ac.id/>
- Indrasari, Reni. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bandaraya Motor Cabang Perintis. (Diakses 2 Juli 2022). <https://digilibadmin.unismuh.ac.id/>