

BAB II

DESKRIPSI OBJEK & SUBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Bali Zoo

Bali Zoo merupakan kebun binatang yang terletak di Kabupaten Gianyar, Bali dengan Ir. Anak Agung Gde Putra sebagai pendirinya. Kebun binatang ini didirikan atas kecintaan Anak Agung Gde Putra terhadap satwa langka yang hampir punah, terutama di daerah Bali. Dengan dasar tersebut, dibangunlah kebun binatang dengan perpaduan antara penataan kandang dan taman tropis di sekitarnya dengan memanfaatkan potensi lahan warisan dari orang tuanya dan usaha penghijauan di lahan yang diterima sejak 22 tahun sebelum Bali Zoo didirikan. Pembangunan fisik dimulai dari tahun 1996 dengan membutuhkan setidaknya 6 tahun untuk menyelesaikan pembangunan secara keseluruhan. Hingga akhirnya Bali Zoo resmi dibuka untuk umum dan diresmikan oleh Menteri Kehutanan Republik Indonesia, didampingi Menteri Kebudayaan dan Pariwisata, Gubernur Bali serta Bupati Gianyar pada 4 September 2002 (Andika, wawancara pribadi, 2021).

Bali Zoo telah secara resmi memegang status sebagai Lembaga Konservasi *Ex-Situ* melalui SK Menteri Kehutanan RI No. 68/Kpts-II/2001 tertanggal 15 Maret 2001. Dengan motto *Love, Conserve and Share*, Bali Zoo berkomitmen penuh untuk turut serta dalam upaya konservasi. Hal ini dicapai salah satunya dengan beberapa penghargaan yang diperoleh, salah satunya sebagai Lembaga Konservasi Terbaik di Indonesia pada tahun 2017 lalu. Dengan komitmennya tersebut, Bali Zoo juga berupaya untuk

menciptakan tempat yang sesuai dengan habitat asli dari satwa-satwa yang ada. Oleh karenanya, berbagai jenis flora langka turut ditanam dan dikelola untuk mendukung suasana yang sesuai dengan habitat-habitat satwanya. (Andika, wawancara pribadi, 2021).

Bali Zoo memiliki luas kurang lebih 12 hektar yang dibagi menjadi 2 bagian, yaitu area utama dan Kampung Sumatera. Didalamnya terdapat sekitar 100 spesies satwa yang terdiri dari reptil, mamalia hingga unggas. Selain memberikan pengalaman berkeliling, Bali Zoo juga menyediakan fasilitas interaksi dengan beberapa hewan untuk pengunjungnya. Beberapa diantaranya adalah :

- a. Pemberian makan satwa (*feeding*)
- b. Atraksi naik gajah (*elephant back safari*)
- c. Atraksi naik kuda pony (*pony ride*)
- d. Atraksi burung terbang (*bird show*)
- e. Atraksi satwa jinak (*animals education show*)
- f. Atraksi *Contemporary & Fire Dance* (dalam program *A Night at the Zoo*)

Berdasarkan *desktop research* yang peneliti lakukan, Bali Zoo terbilang aktif dalam melakukan aktivitas pemasaran digital. Bali Zoo memiliki website resmi, yaitu www.bali-zoo.com yang digunakan untuk melakukan reservasi bagi pengunjung dan mengakses informasi lainnya terkait fasilitas. Selain itu, Bali Zoo memiliki beberapa akun media sosial, yaitu Instagram @balizoo dengan 71.000 pengikut, Twitter @zoo_bali

dengan 8.301 pengikut, Tiktok @balizoo dengan 1981 pengikut dan Youtube dengan 992 *subscriber*. Diantara beberapa akun media sosial tersebut, Bali Zoo paling aktif melakukan aktivitas komunikasi melalui akun Instagramnya dengan terhitung 2.706 unggahan hingga tanggal 16 Februari 2021.

B. Visi & Misi Bali Zoo

1. Visi

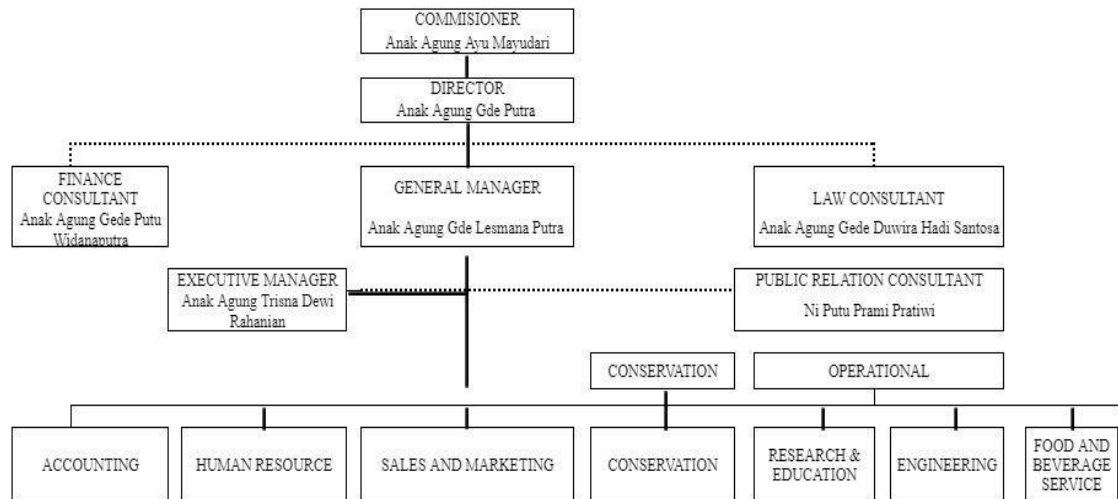
Dalam menjalankan perusahaannya, Bali Zoo memiliki visi untuk menjadi sebuah kebun binatang yang bertaraf Internasional. (Andika, wawancara pribadi, 2021)

2. Misi

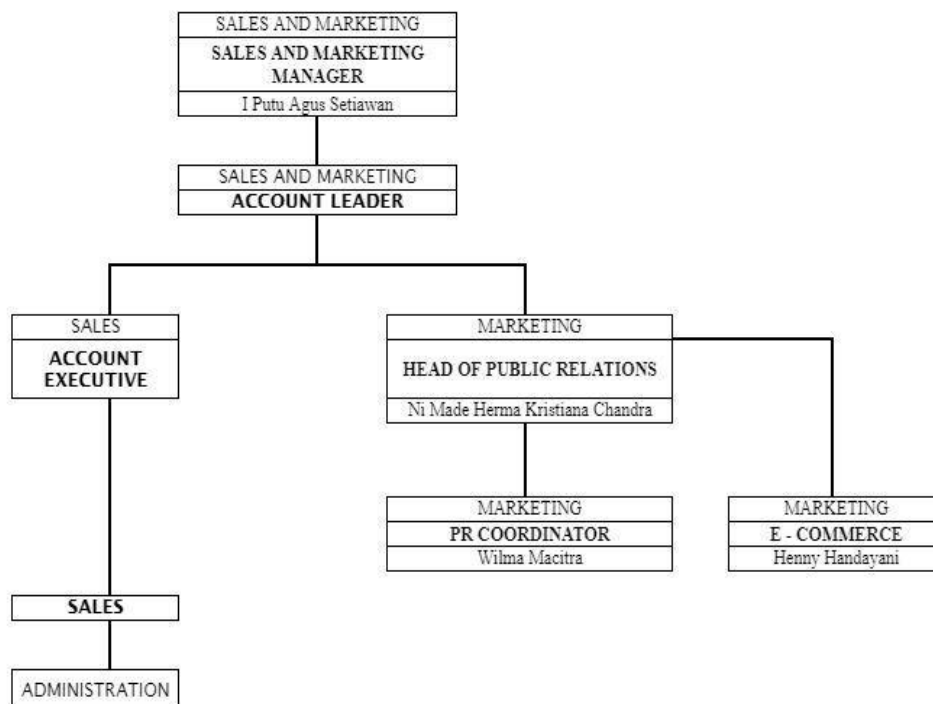
Untuk mencapai visi yang telah dibuat, Bali Zoo memiliki beberapa misi yang telah disusun sebagai berikut :

- a. Menjadi sebuah lembaga konservasi *ex-situ* yang bertujuan untuk membantu program pemerintah dalam upaya melestarikan satwa langka yang dilindungi
- b. Menjadi sebuah media pendidikan dan hiburan bagi wisatawan asing, domestik maupun lokal serta menciptakan objek wisata alternatif sehingga mampu menambah kemajemukan objek wisata yang telah ada di Bali (Andika, wawancara pribadi, 2021)

C. Struktur Organisasi Bali Zoo



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Bali Zoo
Sumber : Dokumen Divisi *Human & Resources* Bali Zoo (2021)



Gambar 2.2 Struktur Divisi *Sales & Marketing*
Sumber : Dokumen Divisi *Human & Resources* Bali Zoo (2021)

D. Profil Subjek Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menjabarkan profil dan latar belakang dari subjek penelitian yang menjadi sumber utama dari temuan data untuk melakukan analisis secara keseluruhan terhadap Aktivitas Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial yang dilakukan oleh Bali Zoo. Subjek dari penelitian ini dibagi menjadi 2 bagian, berkaitan dengan penelitian ini yang menggali data dari 2 sisi yang berbeda, Bali Zoo sebagai pihak yang mengelola aktivitas komunikasi pemasaran melalui media sosial Instagram dan pengunjung sebagai *user* dalam UGC yang merupakan variasi aktivitas komunikasi pemasaran Bali Zoo melalui media sosial Instagram. Adapun detail narasumber dari penelitian ini adalah 3 orang *user* yang dipilih oleh peneliti dan dibantu oleh pihak Bali Zoo berdasarkan kesesuaiannya dengan 3 target pasar utama Bali Zoo serta 3 orang narasumber dari pihak Bali Zoo yang merupakan anggota dari Divisi Marketing. Berikut merupakan profil narasumber secara lebih rinci :

Divisi Marketing Bali Zoo

1. I Putu Agus Setiawan (42 tahun)

I Putu Agus Setiawan atau biasa dipanggil Putu merupakan individu yang memiliki tanggung jawab untuk mengontrol kegiatan penjualan dan pemasaran Bali Zoo, tepatnya menduduki posisi sebagai *Manager of Sales & Marketing*. Ia lahir di Tabanan pada tanggal 15 Mei 1979. Putu telah bekerja di Bali Zoo selama 19 tahun dengan menduduki posisi awal sebagai staf *Marketing*.

2. Emma Kristiana Chandra (32 tahun)

Emma Kristiana Chandra atau biasa dipanggil Emma merupakan bagian dari Divisi Marketing dengan kedudukan sebagai *Head of Public Relations*. Emma memiliki tanggung jawab sebagai penghubung antara perusahaan dengan pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal serta menjadi pihak yang bertugas untuk mempertahankan citra dan reputasi Bali Zoo. Ia telah bekerja untuk Bali Zoo selama 8 tahun.

3. Henny Handayani (31 tahun)

Henny Handayani atau biasa dipanggil Henny merupakan anggota Divisi Marketing sub bagian *E-commerce* yang bertanggung jawab atas semua media sosial Bali Zoo. Dalam kesehariannya, ia bertugas untuk merancang sekaligus mengeksekusi berbagai konten yang akan diunggah ke media sosial. Henny telah bekerja untuk Bali Zoo selama 6 tahun dengan posisi awal sebagai *Public Relations Coordinator* dengan lingkup pekerjaan membantu *Head of PR* sekaligus pembuatan konten media sosial, yang kemudian pindah posisi menjadi *E-commerce* pada tahun 2019.

Pembuat Konten (User)

Narasumber yang dipilih merupakan hasil diskusi antara peneliti dengan subdivisi *E-Commerce* yang didasarkan pada kualitas konten, kesesuaian dengan target pasar Bali Zoo dan spot foto/video yang berbeda-beda pada setiap kontennya.

1. Ferina Hanifah (23 tahun)

Ferina Hanifah atau biasa dipanggil Riri merupakan salah satu pengunjung kategori domestik di Bali Zoo. Riri lahir di Jakarta pada 21 Juli 1998. Ia berdomisili di Jakarta dan telah bekerja menjadi seorang Pramugari selama 3 tahun. Riri pergi berkunjung ke Bali Zoo saat menjalani cuti.

2. I Wayan Gede Mahardika Putra (22 tahun)

I Wayan Gede Mahardika Putra atau biasa dipanggil Mahardika merupakan salah satu pengunjung kategori lokal di Bali Zoo. Ia merupakan mahasiswa semester akhir program studi Pendidikan Kedokteran di salah satu universitas yang ada di Bali. Mahardika lahir di Denpasar pada tanggal 10 Agustus 1999. Ia memilih berkunjung ke Bali Zoo saat memiliki waktu senggang bersama dengan teman-temannya.

3. Wulan Saraswaty (28 tahun)

Wulan Saraswaty atau biasa dipanggil Wulan merupakan salah satu pengunjung kategori lokal di Bali Zoo. Wulan lahir di Denpasar pada tanggal 21 September 1993. Ia merupakan seorang ibu rumah tangga sekaligus pengusaha yang memiliki 1 anak berusia 3 tahun. Wulan memilih untuk berkunjung ke Bali Zoo di waktu senggangnya bersama dengan keluarga sembari menginap di Villa Sanctoo yang berada di tengah area Bali Zoo.