

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah Instagram Ads yang berasal dari perusahaan perjalanan wisata yaitu Waturanda Trip. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang wisata lokal Indonesia Timur. Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan ini salah satunya adalah periklanan. Penelitian ini secara khusus membahas iklan pada akun Instagram Waturanda Trip (@waturandatrip) yang berjudul “*Discover Labuan Bajo*”. Bab ini akan berisi profil perusahaan Waturanda Trip, profil Instagram Waturanda Trip dan iklan “*Discover Labuan Bajo*” pada akun Waturanda trip.

A. Profil Waturanda Trip



Gambar 2.1 Logo Waturanda Trip

Sumber : Situs Web Waturanda Trip (2020)

Menurut Irsyam Widiyoko sebagai pemilik perusahaan, PT Waturanda Destinasi Nusantara atau yang lebih dikenal sebagai Waturanda Trip merupakan perusahaan perjalanan wisata yang berdiri sejak tahun 2017. Perusahaan yang mengusung slogan “*Fun, Local, Leisure*” ini didirikan oleh Irsyam Widiyoko lulusan Teknik Geologi Universitas Gadjah Mada. Nama Waturanda diambil dari salah satu jenis batuan yang

ditemuinya saat kerja praktek di daerah Jawa Tengah (Widiyoko, Wawancara Pribadi, 16 Desember 2020). Pada awalnya, perusahaan ini dibentuk sebagai agen wisata yang melayani *trip* ke mana saja, tanpa memiliki fokus utama yang jelas. Waturanda Trip semakin berkembang hingga menjadi perusahaan yang memiliki spesialisasi dalam perjalanan wisata Indonesia Timur khususnya Labuan Bajo, Sumba dan Raja Ampat. Aktivitas pelayanan wisatanya berfokus pada kegiatan *sailing* (berlayar atau *live on board*) untuk Labuan Bajo, *overland* (melalui perjalanan darat) untuk Sumba dan *hopping island* (berpindah dari satu pulau ke pulau lainnya) untuk Raja Ampat. Aktivitas tersebut dibuat berdasarkan kondisi geografis masing-masing tempat (Widiyoko, Wawancara Pribadi, 16 Desember 2020). Waturanda Trip kini telah berkembang menjadi perusahaan kapal wisata di Labuan Bajo dan menjalankan model bisnis B2B, yang mana perusahaan ini menjalankan transaksi antara sesama pelaku bisnis. Saat ini, fokus utama Waturanda Trip adalah wisata di Labuan Bajo karena destinasi tersebut sedang dikembangkan oleh pemerintah menjadi destinasi super prioritas di Indonesia. PT Waturanda Destinasi Nusantara kini telah mendirikan kantor pusatnya di Labuan Bajo (Widiyoko, Wawancara Pribadi, 9 Oktober 2021).

Target dari Waturanda Trip adalah kalangan dengan ekonomi kelas menengah pada lapisan generasi milenial dan generasi Z. Berdasarkan target pasarnya, perusahaan ini memanfaatkan teknologi internet dan media sosial sebagai sarana untuk menjalankan bisnisnya. Waturanda Trip menggunakan

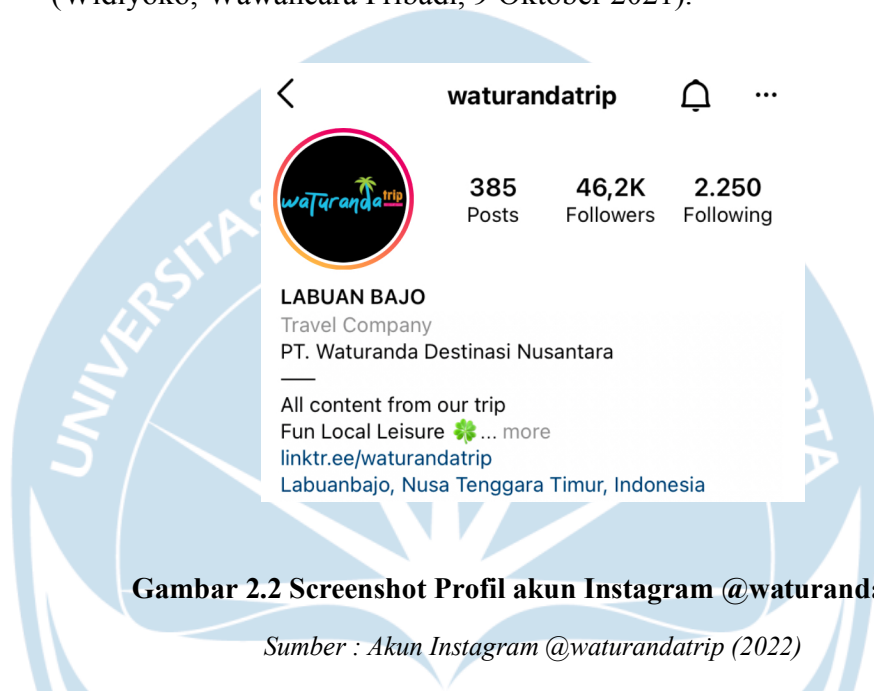
media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Tiktok dan Facebook. Berdasarkan wawancara dengan pemilik perusahaan, media sosial yang paling sering digunakan adalah Whatsapp dan Instagram, alasannya karena kedua media sosial tersebut yang paling cocok dengan bisnisnya. Oleh karena itu, perusahaan ini memaksimalkan penggunaan fitur-fitur yang ada pada media sosial tersebut (Widiyoko, Wawancara Pribadi, 9 Oktober 2021)

Divisi dalam PT Waturanda Destinasi Nusantara terdiri dari CEO (*Chief Executive Officer*), COO (*Chief Operating Officer*), *General Manager* dibawahnya terdapat 3 divisi yaitu *Finance & Administrations*, *Sales & Marketing* serta *Operational*. Divisi *Sales & Marketing* menjadi garda terdepan dari berbagai kegiatan pemasaran dan penjualan yang dilakukan. *Sales & Marketing* kembali dibagi menjadi tiga sub, yaitu *Sales* yang berfokus pada penjualan, *Marketing Communication* yang berfokus pada kegiatan pemasaran dan pengelolaan media sosial serta *Content Creator* yang berfokus pada semua pembuatan konten. Divisi *Operational* yang berfokus untuk mengurus perjalanan wisata terdiri dari tiga bagian yaitu *Guide* dan *Tour Leader*, Transportasi serta Dokumentasi (Widiyoko, Wawancara Pribadi, 16 Desember 2020).

B. Profil Instagram Waturanda Trip

Berdasarkan target pasarnya, Waturanda Trip menggunakan media sosial Instagram sebagai wadah komunikasi pemasarannya. Menurut

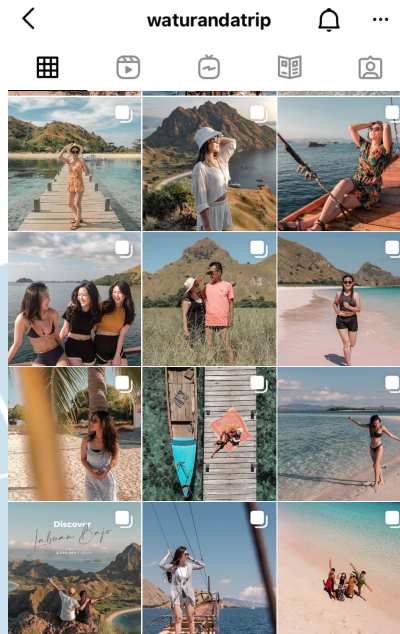
pemilik perusahaan, akun Instagram miliknya sering kali digunakan sebagai sarana beriklan dan promosi produk. Waturanda Trip menjadi pengguna aktif Instagram sejak tahun 2017 atau dari awal bisnisnya berdiri (Widiyoko, Wawancara Pribadi, 9 Oktober 2021).



Gambar 2.2 Screenshot Profil akun Instagram @waturandatrip

Sumber : Akun Instagram @waturandatrip (2022)

Hingga April 2022, akun Instagram @waturandatrip sudah memiliki 385 posts, 46,2K followers dan 2.250 following. Akun Instagram perusahaan ini diberi nama “LABUAN BAJO” dengan menggunakan akun bisnis yang berkategori “Travel Company”. Pada bagian bio, perusahaan ini menuliskan nama lengkap perusahaannya yaitu “PT. Waturanda Destinasi Nusantara”, diikuti dengan tulisan “All content from our trip” serta slogan perusahaan. Kemudian dituliskan kontak berupa nomor yang terdaftar pada aplikasi Whatsapp, serta tulisan “Quick Contact” yang diikuti oleh link yaitu linktr.ee/waturandatrip. Pada bagian paling bawah, akun ini memberikan alamat yaitu “Labuanbajo, Nusa Tenggara Timur, Indonesia”.



Gambar 2.3 Screenshot Akun Instagram @waturandatrip

Sumber : Akun Instagram @waturandatrip (2022)

Akun Instagram Waturanda Trip berisi foto dan video dari paket wisata yang ditawarkan. Foto dan video tersebut dibagikan melalui berbagai fitur Instagram seperti *story*, *posts*, *reels*, IG TV.

C. Iklan Instagram “Discover Labuan Bajo”

Salah satu produk yang diiklankan oleh akun Instagram Waturanda Trip adalah “*Discover Labuan Bajo*”. Menurut pemilik perusahaan, iklan tersebut merupakan satu-satunya unggahan yang terus menerus dijadikan iklan sejak Juni 2021 hingga April 2022. Tujuannya adalah untuk mendapat perhatian (*attention*) konsumen hingga mengarahkan konsumen untuk melakukan tindakan pembelian (*action*). Setiap tahun perusahaan ini mengeluarkan satu konten bersifat informasional yang kemudian diiklankan

melalui fitur Instagram Ads (Widiyoko, Wawancara Pribadi, 1 April 2022).



Gambar 2.4 Screenshot Instagram Ads Slide 1

Sumber : Unggahan Akun Instagram @waturandatrip (2022)



Gambar 2.5 Screenshot Instagram Ads Slide 2

Sumber : Unggahan Akun Instagram @waturandatrip (2022)



Gambar 2.6 Screenshot Instagram Ads Slide 3

Sumber Unggahan Akun Instagram @waturandatrip (2022)



Gambar 2.7 Screenshot Instagram Ads Slide 4

Sumber : Unggahan Akun Instagram @waturandatrip (2022)



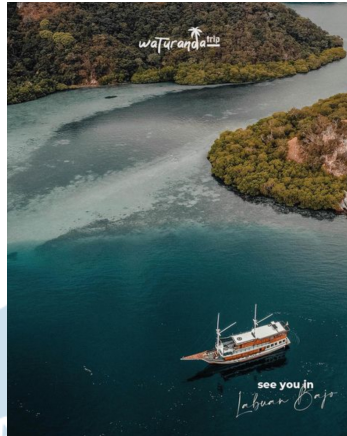
Gambar 2.8 Screenshot Instagram Ads Slide 5

Sumber : Unggahan Akun Instagram @waturandatrip (2022)



Gambar 2.9 Screenshot Instagram Ads Slide 6

Sumber : Unggahan Akun Instagram @waturandatrip (2022)



Gambar 2.10 Screenshot Instagram Ads Slide 7

Sumber : Unggahan Akun Instagram @waturandatrip (2022)

Postingan pada akun Instagram Waturanda Trip dijadikan iklan carousel yang memuat tujuh gambar dan diunggah pada tanggal 11 Juni 2021. Pesan iklan disampaikan melalui foto, tipografi dan *caption*. Pada *slide* pertama, yaitu Gambar 2.4, foto yang ditampilkan adalah dua orang di puncak pulau Padar yang mana merupakan salah satu destinasi wisata di Labuan Bajo. Pada bagian atas foto sebelah kiri terdapat tulisan “*3 days and 2 nights*” serta sebelah kanan atas terdapat tulisan “*depart every weekend*”. Bagian tengah foto terdapat tulisan “*Discover Labuan Bajo start from 2.250.000/person*”, kemudian bagian paling bawah foto terdapat logo Waturanda Trip.

Pada *slide* kedua, terdapat fasilitas yang didapatkan selama trip dengan berbagai ilustrasi. Fasilitas yang termasuk dalam paket wisata tersebut adalah *airport transfer*, kamar dengan AC selama 2 malam, pemandu wisata, dokumentasi, 7x makan dan *snacks*, *Komodo National Park Entrance Fee*, perlengkapan *snorkeling*, *life jacket* dan P3K serta

floaties. Sedangkan fasilitas yang tidak termasuk dalam paket wisata adalah *flights, travel insurance* dan *tipping crew*. Kemudian pada bagian bawah *slide 2* terdapat jadwal keberangkatan *trip*.

Pada *slide* ketiga, terdapat “*Itinerary*” yang berisi jadwal rencana perjalanan selama tiga hari. Sedangkan pada *slide* keempat sampai ketujuh, berisi foto-foto kapal seperti bagian eksterior dan interior kapal. Pada bagian caption tertulis sebagai berikut: “*Lets discover Labuan Bajo with Waturanda - your adventure awaits!*”. Melalui *caption* tersebut terlihat bahwa Waturanda Trip mengajak para konsumennya untuk berwisata ke Labuan Bajo dengan menggunakan paket wisata yang mereka tawarkan. Dapat disimpulkan bahwa pesan yang ingin disampaikan dari iklan tersebut adalah paket wisata yang dijual oleh Waturanda Trip serta berbagai keterangan mengenai fasilitas perjalanan, jadwal perjalanan dan rute perjalanan.

D. Followers Instagram Waturanda Trip

Followers atau pengguna yang mengikuti akun Instagram @waturandatrip sebanyak 46,2K (lebih dari 46.200 pengguna). Berdasarkan keterangan pemilik perusahaan, Ia menargetkan pengikut Instagram @waturandatrip 60% adalah perempuan dengan rentang usia 18-45 tahun, karena menurutnya perempuan memiliki kecenderungan perilaku yang lebih impulsif dari pada pria (Widiyoko, Wawancara Pribadi, 1 April 2022). Target tersebut berhasil dicapai dengan cara mengatur *audiens* saat

hendak melakukan *Ads*. Instagram *Ads* memiliki fitur untuk mengatur target pasar sesuai dengan data demografi penggunanya. Menurut Widiyoko, *followers* Instagram @waturandatrip mayoritas berasal dari kota-kota besar seperti Jabodetabek, Surabaya, Bandung, Medan, Makassar, Semarang. Wilayah tersebut berhasil dicapai dengan adanya fitur geolokasi pada Instagram *Ads* (Widiyoko, Wawancara Pribadi, 1 April 2022).

