

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa era globalisasi seluruh negara untuk dapat bergerak lebih cepat agar dapat sejajar dengan negara lainnya. Terutama dengan negara Indonesia saat peningkatan pertumbuhan ekonomi Indonesia salah satunya didapatkan dari sektor pariwisata. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya objek wisata dan letak geografis Indonesia dapat berupa objek wisata alam dan buatan dengan berbagai macam pilihan objek wisata seperti gunung, pantai, danau, sungai, dan berwisata juga ditempat perbelanjaan, budaya, kuliner, peninggalan sejarah, museum, dan objek wisata rekreasi yang dibuat perusahaan atau pemerintah. Melalui *industry* ini diharapkan pemasukan devisa dapat bertambah. (Pendit, 2004).

Dari masa ke masa objek wisata di Indonesia semakin berkembang. Pada Objek wisata rekreasi ATV *Adventure* Indonesia mencakup kegiatan olahraga rekreasi, dikarenakan objek wisata tersebut memiliki unsur kegiatan *fun offroad* yang berkaitan dengan fisik dan kesenangan yang mempengaruhi dalam mental seseorang. *Fun Offroad* yaitu olahraga yang melakukan kendaraan dengan trek yang biasa saja dan pengendaraan tidak memakan waktu yang lama dan jarak jauh.

ATV *Adventure* Indonesia berada ditempat wisata berbasis semi alam yang memiliki pohon pohon, lingkungan yang otentik dengan suasana yang menyenangkan dan menenangkan. Spesifik tempat wisata tersebut terdapat

pada ATV *Adventure* Indonesia yang berada ditengah tengah penduduk masyarakat Jakarta timur. Daerah khusus Jakarta merupakan salah satu daerah yang sangat banyak penduduknya. Oleh karena itu, Tujuan Pihak pengelola membuat wisata rekreasi berfokus pada wisatawan daerah khusus Jakarta untuk masyarakat yang ingin bermain dan membutuhkan waktu luang. Peningkatan kualitas masyarakat salah satu hal penting dalam peningkatan Indeks pembangunan manusia (*Human development Index*) di Indonesia. (Damanik,2019)

Olahraga rekreasi bertujuan untuk meningkatkan kesehatan, kebugaran, rekreasi dan kesenangan masyarakat melalui olahraga. Keberadaan olahraga rekreasi dalam era globalisasi menjadi penting artinya sebagai suatu alternatif dalam biaya penurunan dan pencegahan tingkat stress, peningkatan kesehatan mental, serta upaya pemeliharaan dan mempertahankan keseimbangan kualitas hidup.

Peran promosi mempunyai konsep AIDA yaitu: *Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Keinginan), *Action* (Tindakan) (Mumuh mulyana,2019). Dengan dilakukannya promosi menjadi nilai tersendiri bagi pengelola karena wisatawan tidak hanya berpatok pada kalangan atas namun wisatawan kalangan menengah kebawah dapat bermain dan berwisata ke ATV *Adventure* Indonesia. Oleh kerana itu, Promosi sangat berperan penting terhadap minat beli wisatawan. Adapun peran promosi mengajak wisatawan untuk membantu *pamflet* promosi kepada keluarga teman kerabatnya maupun kantor tempat bekerja melalui media sosial

dan *browser*. *ATV Adventure* Indonesia selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi terutama media sosial.

Penggunaan media sosial sebagai wadah untuk menyebarkan informasi, seperti yang telah diketahui media sosial dapat dilakukan dimana saja, kapan saja, dan dapat mencari tahu tentang apa saja. *Instagram, facebook, tiktok*, dan *youtube* merupakan salah satu media sosial dengan penggunaan media sosial terbanyak saat ini, kedua media sosial ini memiliki potensi besar dalam penyebaran informasi, karena pada saat ini masyarakat banyak yang menggunakan media sosial untuk melakukan komunikasi. Seperti yang dilakukan *ATV Adventure* Indonesia dalam memasarkan produk layanan jasanya di media sosial dengan menggunakan nama akun *@ATVAdventureIndonesia*. *Atv Adventure* Indonesia berfokus di media sosial dalam memasarkan layanan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat.

Media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran dengan tujuan memperkenalkan jasa *ATV Adventure* Indonesia ke masyarakat luas agar perusahaan ini dapat berkembang dan membangun perkonomian wisata. Sering kali wisatawan mempertanyakan terkait informasi permainan, detail harga, dan promo yang ada, dan juga wisatawan yang tidak menggunakan pakaian yang nyaman atau tepat untuk melakukan kegiatan aktifitas fisik, serta tidak mempersiapkan kebutuhan pribadi yang dibutuhkan setelah beraktivitas (baju ganti, sandal, sabun, dll) hal ini terjadi karena optimalnya penggunaan media sosial sebagai media yang menjadi wadah penyebaran informasi.

Penggunaan internet dan media sosial pada era sekarang diharapkan dapat memberikan berbagai macam informasi menarik dan kreatif yang dapat mengundang masyarakat terutama masyarakat local hingga mancanegara secara tidak langsung dapat memperkenalkan objek wisata dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung pada objek wisata *ATV Adventure Indonesia*. Seperti penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Amalia Ikhsa Zaina,2023) mengenai strategi promosi dan komunikasi pada objek wisata *ATV Adventure Indonesia*. Objek wisata *ATV Adventure Indonesia* termasuk sebuah bisnis pariwisata. Jadi pihak pengelola harus memperhatikan dan mengikuti saat menjalankan dengan cara yaitu mengikuti perkembangan trend karena hal itu berpengaruh terhadap minat masyarakat. Dengan adanya promosi dalam perusahaan ketertarikan dalam mendesain dan promo dalam melakukan harga sesuai sarana dan prasarana yang ada dapat meningkatkan wisatawan dalam berwisata..

Objek wisata rekreasi *ATV Adventure Indonesia* adalah perusahaan berbasis di Jakarta Timur yang mengkhususkan diri pada fasilitas *fun offroad* berupa *sport outdoor Adventure* untuk semua umur yang berlokasi di Jakarta Timur. *ATV Adventure Indonesia* sangat diminati oleh wisatawan yang ditunjukkan oleh banyak nya pengunjung. Objek Wisata *ATV Adventure Indonesia* banyak nya dikunjungi pada hari Cuti Nasional dan hari libur. Objek Wisata Rekreasi ini beroperasi pada Tahun 2020 dalam perkembangan nya perusahaan wisata rekreasi sudah cukup pesat walaupun terbilang sebagai objek wisata rekreasi yang baru beroperasi, tetapi sudah banyak masyarakat yang mengetahui objek

wisata rekreasi ini. Para Pengunjung terbilang banyak dari daerah JABODETABEK yang mengunjungi dan berwisata di *ATV Adventure Indonesia*.

Berdasarkan penelitian terdahulu dengan penelitian berjudul “ Strategi Promosi dan komunikasi melalui media sosial pada objek wisata *ATV Adventure Indonesia*” dengan penulis Amaliyah Ikhsa Zaina dengan melihat permasalahan diatas maka demikian penelitian ini memiliki keterbaruan menyangkut substansi yang meliputi peran promosi terhadap keputusan pengunjung melalui media sosial. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Peran promosi melalui media sosial terhadap keputusan pengunjung diwisata rekreasi *ATV Adventure Indonesia* di Jakarta Timur”.Peneliti ingin mengetahui seberapa peran pentingkah promosi dalam meningkatkan keputusan pengunjung berkunjung di objek wisata rekreasi *ATV Adventure Indonesia* agar objek wisata tersebut dapat mengevaluasi permasalahan yang ada,serta meningkatkan media sosial sebagai sarana informasi yang diberikan,agar objek wisata rekreasi dapat memiliki banyak pengunjung setia yang datang berulang kali. Sehingga objek wisata rekreasi *ATV Adventure Indonesia* dapat terus berkembang,dikenal,dan dikunjungi oleh seluruh masyarakat Indonesia maupun mancanegara.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, Maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis tingkat keputusan pengunjung terhadap dimensi Keputusan pengunjung yaitu *Destination Area, Travelling Mode, time and cost, travel agent, dan service souch* pada *ATV Adventure Indonesia*.
2. Mengetahui Peran promosi *ATV Adventure Indonesia* dan penggunaan media sosial kepada pengunjung belum cukup luas dalam penyebaran informasi.
3. Media sosial yang sudah ada tidak dimanfaatkan dan dikelola dengan efektif.
4. Aspek-aspek yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan di *ATV Adventure Indonesia Jakarta Timur* melakukan desain media sosial dan mengikuti Informasi terbaru.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latang belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, agar tidak terjadi perluasan makna dan istilah dalam masalah penelitian ini maka dibatasi dengan pembatasan masalah pada : Peran Promosi melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pengunjung Di wisata Rekreasi *ATV Adventure Indonesia Jakarta Timur*.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Promosi dapat meningkatkan wisatawan di Wisata Rekreasi *ATV Adventure Indoensia?*

2. Faktor apa yang mempengaruhi Keputusan pengunjung melalui media sosial di Wisata Rekreasi ATV *Adventure* Indonesia?

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu sebagai berikut :

1. Kegunaan Untuk Teoritis

a) Sebagai Informasi bagi masyarakat tentang kualitas pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh Wisata rekreasi ATV *Adventure* Indonesia sehingga dapat memudahkan pengunjung dalam memilih tempat rekreasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

b) Sebagai referensi bagi peneliti atau mahasiswa yang tertarik untuk melanjutkan penelitian tentang tingkat keputusan pengunjung terhadap sarana dan prasarana ditempat objek wisata rekreasi.

2. Kegunaan Untuk Praktisi

a) Sebagai acuan bagi pengelola ATV *Adventure* Indonesia Jakarta dalam meningkatkan promosi melalui media sosial yang ditawarkan agar dapat lebih memuaskan minat pengunjung.

b) Sebagai bahan evaluasi bagi pengelola ATV *Adventure* Indonesia dalam mengevaluasi kelemahan dan kelebihan dari Media sosial yang sudah ada diwisata rekreasi tersebut.