

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan teknologi komunikasi di masa ini banyak dimanfaatkan oleh sebagian pihak untuk menyebarkan data yang bersifat informatif maupun persuasif kepada khalayak umum. Sebab melalui media daring atau online, khususnya Instagram komunikasi dapat tersebar luas secara kilat serta menerpa khalayak sasaran. Perihal tersebut yang dikala ini di manfaatkan oleh industri pariwisata di Indonesia, karena pariwisata ialah salah satu perihal yang terutama serta jadi primadona untuk sesuatu negeri.

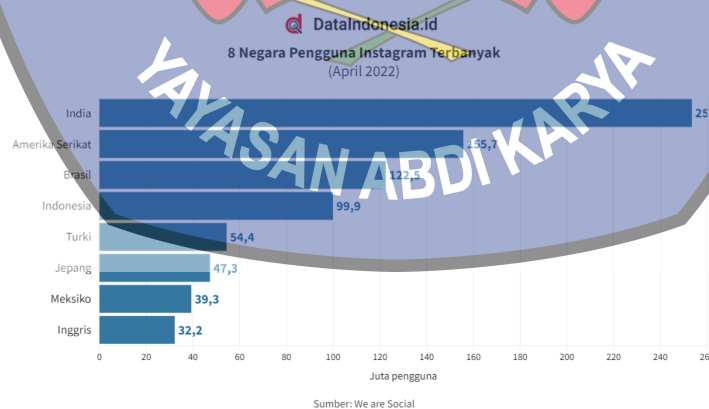
Indonesia selaku salah satu negeri berkembang yang mulai mempromosikan negaranya lewat zona pariwisata buat menarik pemikiran mata dunia lain, perihal ini dimaksudkan supaya Indonesia terus menjadi diketahui oleh negeri lain buat berkunjung ke Indonesia. Usaha pariwisata ialah aktivitas yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata ataupun sediakan objek wisata, daya tarik wisata, usaha benda pariwisata serta usaha lain yang terpaut dengan bidang pariwisata.

Bagi undang- undang pariwisata no 10 tahun 2009 kalau industri pariwisata merupakan kumpulan usaha pariwisata yang silih terpaut dalam rangka menciptakan benda ataupun jasa untuk pemenuhan kebutuhan turis dalam penyelenggaraan pariwisata.

Tour and Travel merupakan salah satu bagian dari usaha pariwisata yang berfokus kepada penyediaan jasa buat para turis yang terdapat didalam negara

ataupun dari luar negara dalam melaksanakan ekspedisi. Usaha pariwisata ini sangat banyak di Indonesia, baik dari yang mengawali usahanya dari open trip ataupun ekspedisi individu yang dapat diikuti oleh banyak orang ataupun yang telah berdiri suatu industri.

Dengan tumbuh pesatnya teknologi serta pula internet menimbulkan banyaknya pesaing travel agen seperti online travel agen di Indonesia, kemunculan biro perjalanan wisata yang berbasis online ataupun yang lebih kerap diketahui dengan OTA (Online Travel Agent) seperti Traveloka, Tiket.com, Via.com, Voltras, Bayu Buana serta Pointer menciptakan pengusaha *travel agent* konvensional hadapi penyusutan jumlah transaksi. Dilihat dalam survei *We Are Social* serta *Hootsuite* yang menampilkan jika rata-rata orang Indonesia menghabiskan 3 jam 23 menit satu hari di media sosial. Berdasarkan data survei *We Are Social* pada *Platform media sosial* sangat aktif, Instagram terletak pada urutan ke-3 selaku jejaring sosial yang sangat banyak digunakan.

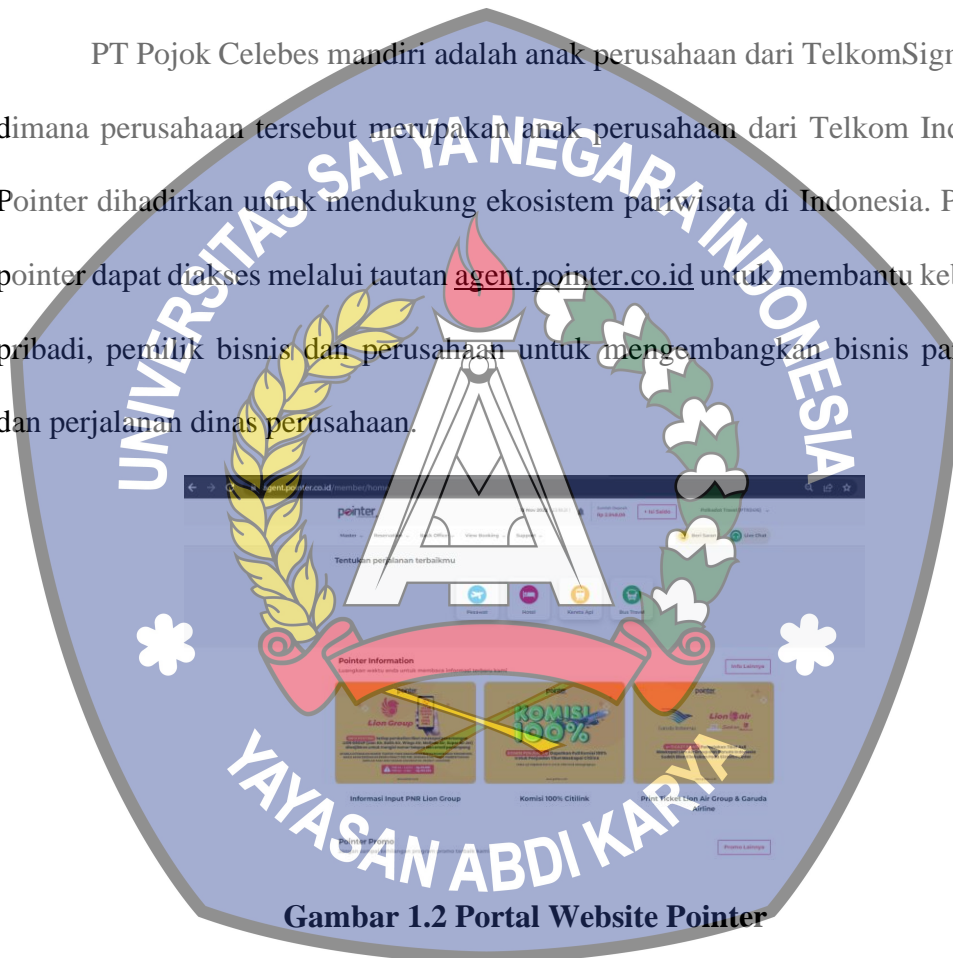


Gambar 1.1 Peringkat Penggunaan Instagram

Sumber : *We are Social*

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan teknologi informasi yang berbasis online di bidang pariwisata ialah PT Pojok Celebes Mandiri yang lebih dikenal sebagai Pointer, Pointer merupakan platform yang menyediakan layanan pemesanan pariwisata secara online bagi biro perjalanan wisata dan perusahaan secara real-time adapun produk yang dimiliki yaitu maskapai, hotel dan KAI.

PT Pojok Celebes mandiri adalah anak perusahaan dari TelkomSigma yang dimana perusahaan tersebut merupakan anak perusahaan dari Telkom Indonesia, Pointer dihadirkan untuk mendukung ekosistem pariwisata di Indonesia. Platform pointer dapat diakses melalui tautan agent.pointer.co.id untuk membantu kebutuhan pribadi, pemilik bisnis dan perusahaan untuk mengembangkan bisnis pariwisata dan perjalanan dinas perusahaan.



Gambar 1.2 Portal Website Pointer

Sumber: agent.pointer.co.id

Sejak tahun 2011 Pointer selalu memberikan pelayanan yang terbaik yang memiliki agen aktif sebanyak 10,220 berada di berbagai provinsi di Indonesia, berikut ini jumlah agen aktif pointer di setiap provinsi sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Agen Aktif pointer dari tahun 2011 - 2022

Nomor	Nama Provinsi	Jumlah Agen Pointer
1	Aceh	95
2	Bali	150
3	Banten	679
4	Bengkulu	31
5	Daerah Istimewa Yogyakarta	469
6	DKI Jakarta	2051
7	Gorontalo	25
8	Jambi	60
9	Jawa Barat	1581
10	Jawa Tengah	763
11	Jawa Timur	967
12	Kalimantan Barat	272
13	Kalimantan Selatan	108
14	Kalimantan Tengah	136
15	Kalimantan Timur	476
16	Kepulauan Bangka Belitung	63
17	Kepulauan Riau	167
18	Lampung	147
19	Maluku	38
20	Maluku Utara	21
21	Nusa Tenggara Barat	143
22	Nusa Tenggara Timur	74
23	Papua	183
24	Papua Barat	108
25	Riau	151
26	Sulawesi Barat	22
27	Sulawesi Selatan	344
28	Sulawesi Tengah	69
29	Sulawesi Tenggara	60
30	Sulawesi Utara	75
31	Sumatera Barat	133
32	Sumatera Selatan	284
33	Sumatera Utara	275
Total		10220

Sumber: PT Pojok Celebes Mandiri (2022)

Dalam perjalanannya tidak dapat dipungkiri bahwa Instagram pointer memiliki permasalahan dan hal ini berpengaruh terhadap citra perusahaan PT Pojok Celebes Mandiri yang dikibatkan oleh kurangnya kualitas informasi yang menimbulkan



Gambar 1.3 Komentar Followers Instagram @pointerbytelkom

Sumber : <https://www.instagram.com/pointerbytelkom/>

Berdasarkan data aduan dari pointer periode Juni sampai dengan September 2022, Terdapat permasalahan yang dikeluhkan oleh agen pointer diantaranya adalah sebagai berikut:

Menurut Kotler dan Keller (2012:274) menjelaskan bahwa citra ialah sebuah keyakinan, ide, dan kesan yang diperoleh seseorang terhadap suatu perusahaan atau suatu aset penting bagi organisasi yang secara terus menerus dibangun dan dijaga.

Menurut Ardianto (2011:63) citra merupakan pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang, benda, atau organisasi. Citra juga dikatakan sebagai persepsi seseorang terhadap jati diri perusahaan atau organisasi. Persepsi seseorang terhadap perusahaan didasari atas pengetahuan mereka tentang perusahaan yang. Citra perusahaan adalah bagaimana perusahaan dilihat dan dipersepsikan oleh publik, termasuk pelanggan, pemasok, karyawan, investor, dan masyarakat pada umumnya. Citra perusahaan dapat mempengaruhi bagaimana perusahaan dipandang dan dipilih oleh *stakeholder* dan dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan jangka panjang. Citra dapat dibentuk melalui strategi-strategi tertentu. Salah satu strategi pembentukan citra ialah dengan menggunakan media massa. Seperti yang kita ketahui, pada era digital ini media massa berkembang dengan sangat pesat. Media massa menjadi salah satu alternatif alat komunikasi yang dapat diandalkan karena jangkauannya yang luas dan kemampuannya mempengaruhi opini publik.

Dalam membangun citra perusahaan, PT Pojok Celebes mandiri mencoba untuk melakukan berbagai cara supaya mendapatkan persepsi baik dari publik namun dalam proses nya PT Pojok Celebes Mandiri mendapatkan persepsi yang tidak baik seperti gambar berikut ini

Meisa	8:36 AM	mana udh di boking ada 1 seat lg di harga 700 skrg udh naik
Boby Aditia Rahman Pohan - Arqam Travel (BDO016)	8:36 AM	kecuali klo emang eror di boking jgn di tampilan limit sm kode boking
Meisa	8:42 AM	mohon maaf pak, dari sistem lion nya terbooking, namun tidak bisa di issued di sistem portal jadi eror saat issued di pointer, dan itu keblakan dari maskapai untuk mengcancel bookingan nya
Boby Aditia Rahman Pohan - Arqam Travel (BDO016)	8:43 AM	waduh ini bisa bahaya mengcancel udh fix boking tapi tiba2 di cancel seraknya aja trus sebenarnya boking untuk apa ? klo di cancel tanpa konfirm dr penumpang saya mau beli tiket bukan di cancel
Meisa	8:44 AM	kalo alasan di cancel secara sepihak kami tidak tahu pak karena bukan dari pointer nya
Boby Aditia Rahman Pohan - Arqam Travel (BDO016)	8:44 AM	lah kan trus di tanya dulu ke maskapai kenapa
Meisa	8:44 AM	namun dari pihak Lion group
Boby Aditia Rahman Pohan - Arqam Travel (BDO016)	8:44 AM	trus ini gimana mau beli tiket aja ga bisa kembalikan aja saldo nya

Meisa	8:44 AM	saya coba booking manus
Boby Aditia Rahman Pohan - Arqam Travel (BDO016)	8:44 AM	jsy udhb terlanjut ya? stop top up
Meisa	8:44 AM	silahkan detail nya kembali
Boby Aditia Rahman Pohan - Arqam Travel (BDO016)	8:44 AM	sy kecewa berat
Meisa	8:44 AM	saldo sudah di sesuaikan pak
Boby Aditia Rahman Pohan - Arqam Travel (BDO016)	8:45 AM	sy ga berani lagi boking disini ga jelas mana customer sy di marahin sy ma minta harga yang sesuai keabsakan harga awal

Gambar 1.4 Keluhan Agen Pointer pada media Live Chat Zendesk

Sumber: PT. Pojok Celebes Mandiri

Permasalahan di atas sangatlah penting untuk ditinjau kembali, mengingat bahwa Pointer menyediakan platform bagi biro perjalanan wisata bagi agen. Permasalahan itu akan menjadi suatu pelayanan kurang baik bagi agen untuk melakukan transaksi dan menggunakan layanan kembali di Pointer. Hal ini berpengaruh terhadap citra perusahaan PT Pojok Celebes Mandiri.

Dalam organisasi apapun, *Public Relations* (PR) memiliki tanggung jawab untuk mempengaruhi opini publik tentang organisasi tersebut. Opini publik adalah sumber daya yang berharga bagi organisasi yang ingin mendapatkan pengakuan. Menciptakan citra yang positif merupakan prestasi dan tujuan utama bagi seorang PR. Pembentukan departemen PR dikenal sebagai suatu langkah baik bagi perusahaan untuk membentuk citra yang baik bagi perusahaan yang diwakilinya.

Menurut Ruslan (2007: 46-47) ada empat peran PR, salah satunya adalah *good image maker*. Dalam hal ini, ketika seorang profesional PR membuat kutipan atau publikasi yang positif, itu membangun kredibilitas dan reputasi, dan itu menjadi tujuan utama kegiatan PR dalam proses membangun citra atau nama baik lembaga atau perusahaan dan produk yang diwakilinya.

Selama proses membangun citra perusahaan, hubungan masyarakat memerlukan seperangkat alat yang akan digunakan untuk membantu strategi dalam eksekusinya. Salah satu alat yang digunakan humas untuk meningkatkan reputasi dan kredibilitas perusahaan dengan menggunakan media massa.

Menurut Dominick (dalam Ardianto dkk, 2007:14) media massa disebut sebagai sarana komunikasi massa. Sedangkan komunikasi massa diartikan sebagai proses penyebaran informasi kepada khalayak umum. Kemampuan media massa untuk menjangkau sejumlah besar orang dalam waktu singkat telah menjadikan media massa sebagai salah satu alat terpenting bagi para profesional PR dalam upayanya membangun hubungan dengan publik. Kemampuan media untuk

mempengaruhi opini publik menjadi salah satu alasan media ditunjuk sebagai sumber informasi.

Munculnya media baru mengubah cara berpikir orang tentang pekerjaan seorang PR, terutama dalam hal berkomunikasi dengan publik. Humas dapat menyebarkan informasi dengan cepat dan meningkatkan kesadaran publik, yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan oleh media tradisional. Selain itu, penggunaan media baru dapat membantu masyarakat berkomunikasi dalam dua cara dengan publik. Perbedaan paling signifikan antara media baru dan media tradisional adalah ketersediaan informasi dan umpan balik baru. Karena itu, media baru-baru ini muncul sebagai pilihan yang layak bagi organisasi yang ingin berkomunikasi dengan masyarakat umum.

Sesuai dengan paragraf sebelumnya, media massa di era digital telah menjadi alat penting bagi humas dalam meningkatkan citra suatu perusahaan atau individu. Menurut artikel terbaru di fortunepr.com, di era digital, orang menjadi prosumer artinya mereka menggunakan internet atau media digital lainnya untuk memproduksi dan mengkonsumsi data yang mudah diakses melalui media online.

Dalam artikel tersebut juga disebutkan bahwa masyarakat umum semakin aktif dalam menggunakan internet. Hal ini karena individu yang menggunakan internet dapat memahami sekaligus membuat konten. Selain itu, pengguna dapat meningkatkan penyebaran informasi dan pembentukan opini melalui media sosial dan bentuk media massa digital lainnya.

Menutu Atmoko (2012) Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan filter, lalu menyebar luaskannya di jejaring sosial, termasuk pemilik Instagram sendiri. Salah satu filter Instagram yang unik adalah kemampuannya untuk mengonversi foto menjadi format persegi, memungkinkannya terlihat seolah-olah diambil dengan kamera kodak instamatic atau Polaroid. Ini berbeda dengan aspek rasio 4:3 yang biasa digunakan kamera.

Banyak bisnis menggunakan platform media sosial seperti Instagram untuk berbagi informasi dengan pengikut mereka, yang membantu mereka membangun merek dan reputasi mereka. Salah satu perusahaan yang menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi adalah PT Pojok Celebes Mandiri yang memiliki akun Instagram di @pointerbytelkom. @pointerbytelkom adalah resmi Instagram PT Pojok Celebes Mandiri yang berisi konten informasi, promo, dan event yang dilaksanakan Pointer. Selain Instagram, Pointer memiliki akun Tiktok yang digunakan untuk memberikan informasi kepada pengguna. Namun, mayoritas pengguna Pointer lebih memilih Instagram daripada Tiktok saat mencari informasi. Pointer lebih aktif dalam berbagi informasi melalui Instagram. Dengan akun ini, siapa pun dapat dengan mudah mengakses semua informasi yang terjadi di Pointer.



Gambar 1.5 Konten Informasi Pada Akun @Pointerbytelkom

Sumber : <https://www.Instagram.com/pointerbytelkom/>

Jumlah followers Instagram akun Pointer memiliki 841 orang yang mengikut



Gambar 1.6 Profil Instagram @Pointerbytelkom

Sumber : <https://www.Instagram.com/pointerbytelkom/>

Saat ini media Sosial Instagram merupakan salah satu media yang kerap digunakan dalam aktivitas dalam kegiatan promosi serta menyampaikan informasi melalui internet di era modern ini. Kegiatan menyampaikan informasi ini

merupakan upaya mengenalkan perusahaan serta upaya membangun citra yang baik kepada khalayak dengan tujuan untuk meraih pencapaian perspektif positif. Penyampaian informasi yang menarik melalui media sosial Instagram banyak digunakan perusahaan di era modernisasi ini dengan tujuan agar khalayak dapat mengikuti akun Instagram yang telah di rancang agar mendapatkan tujuan yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang di atas yang dijelaskan oleh peneliti, peneliti ingin mengetahui pengaruh kualitas informasi terhadap citra perusahaan PT Pojok Celebes Mandiri berupa informasi yang di tampilkan di sistem agen portal. Maka peneliti tertarik unruk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Informasi Pada akun Instagram @pointerbytelkom Terhadap Citra Perusahaan PT Pojok Celebes Mandiri**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah “Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Informasi pada akun Instagram @pointerbytelkom Terhadap Citra Perusahaan PT Pojok Celebes Mandiri.?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kualitas Informasi pada akun *Instagram* @pointerbytelkom Terhadap Citra Perusahaan PT Pojok Celebes Mandiri.

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam bidang informasi dan komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat yang dapat dibagi penelitian ini adalah sebagai berikut:

I.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dan pemikiran untuk perkembangan ilmu komunikasi khususnya Hubungan Masyarakat mengenai pengaruh Informasi dalam sebuah media sosial *Instagram*.

I.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak yang berkaitan yaitu agen PT Pojok Celebes Mandiri di wilayah DKI Jakarta dalam hal penyampaian informasi kepada agen melalui *Instagram* pointer

