BAB I

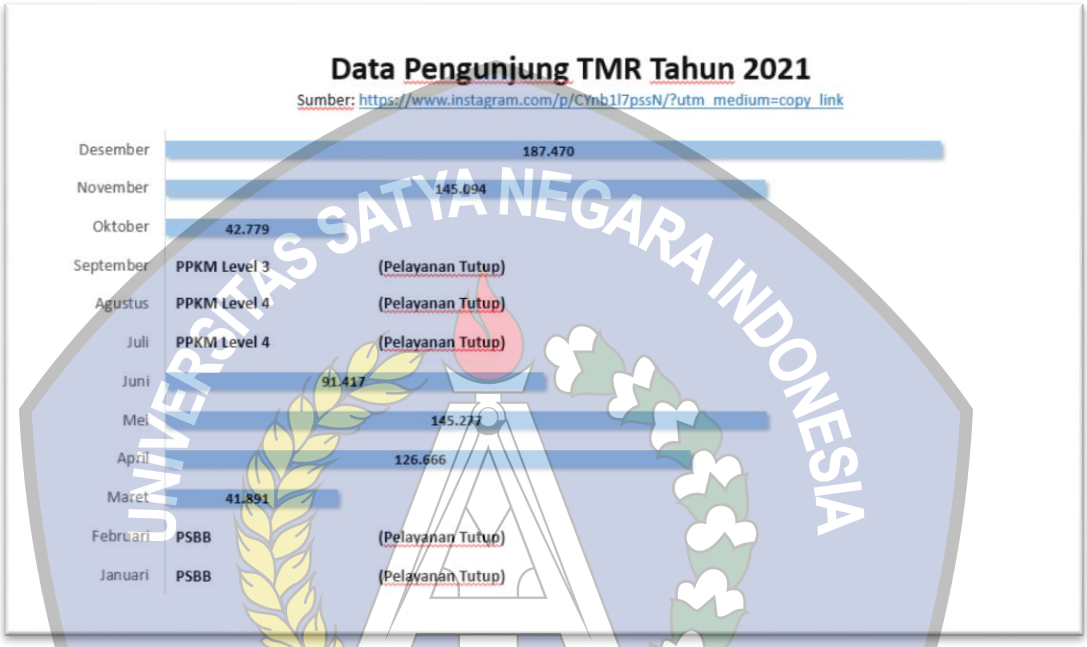
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam situasi sulit akibat pandemi Covid-19 yang belum berakhir hingga saat ini, mengakibatkan banyak aktifitas masyarakat menjadi sangat terbatas. Salah satu kegiatan masyarakat yang terdampak akibat pandemi yaitu berwisata, lazimnya setiap akhir pekan hingga libur nasional tiba, tempat-tempat wisata ramai dipenuhi oleh masyarakat yang menghabiskan waktu liburnya sekedar untuk menghilangkan jenuh dan penatnya dalam kesibukan sehari-hari. Namun saat sekarang, banyak tempat wisata yang ditutup untuk mencegah penyebaran Covid-19 semakin meluas khususnya di wilayah DKI Jakarta.

Salah satu objek wisata yang ditutup selama pandemi di DKI Jakarta yaitu Taman Margasatwa Ragunan, kawasan wisata yang terletak tidak jauh dari pusat pemerintahan membuat Taman Margasatwa Ragunan begitu familiar bagi masyarakat. Tidak hanya masyarakat DKI Jakarta saja yang dengan mudah datang berkunjung ke Taman Margasatwa Ragunan, akan tetapi masyarakat yang berada di kawasan penyangga Jakarta seperti Depok, Tangerang, dan Bekasi dapat berkunjung pula, dikarenakan letaknya yang tidak jauh dan dengan memanfaatkan kemudahan dari menggunakan transportasi publik hingga mudahnya mengakses transportasi secara *online*. Melihat permasalahan tersebut, tentu menjadi perhatian khusus bagi manajemen pengelola Taman Margasatwa Ragunan, agar tetap dapat menghibur masyarakat dan tetap menjaga hubungan baik lembaga meskipun berada

di kondisi yang sulit saat ini. Manajemen pengelola Taman Margasatwa Ragunan tentunya harus dapat memahami apa yang diinginkan masyarakat agar *image* positif dan reputasi Taman Margasatwa Ragunan dapat dipertahankan sebagai objek wisata favorit masyarakat luas.



Gambar 1.1

Data jumlah pengunjung Taman Margasatwa Ragunan saat pandemi

Oleh karena itu, dalam suatu organisasi atau perusahaan tentunya diperlukan fungsi dan peran aktif seorang humas dalam membina hubungan baik serta pemberi informasi ke dalam *(internal)* maupun keluar *(eksternal).* Menurut Cutlip, Center dan Broom dalam Firsan Nova (2017:45) Humas merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat, yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya. Dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara lembaga atau perusahaan dengan publiknya, maka dibutuhkan praktisi

humas yang bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan reputasi lembaga atau perusahaan. Sebagai fungsi komunikasi, humas mengembangkan komunikasi dengan publiknya yang dianggap penting untuk menciptakan dan mempertahankan *goodwill* dan *mutual understanding* publik terhadap tujuan, kebijakan dan kegiatan lembaga atau perusahaan.

Situasi sulit akibat pandemi yang belum usai membuat aktifitas yang dilakukan suatu perusahaan atau lembaga menjadi terbatas, oleh sebab itu dibutuhkan solusi atau terobosan yang efektif agar rencana kerja yang telah sesuai dengan visi dan misi perusahaan atau lembaga dapat terlaksana dengan baik dan maksimal. Taman Margasatwa Ragunan di saat pandemi sekarang ini, tentunya mengalami dampak yang signifikan dalam melakukan kegiatan yang berhubungan dengan publiknya, permasalahan mengenai pelaksanaan kegiatan yang menjadi terbatas merupakan tantangan bagi Taman Margasatwa Ragunan dalam menjalankan rencana kerja yang telah tersusun.

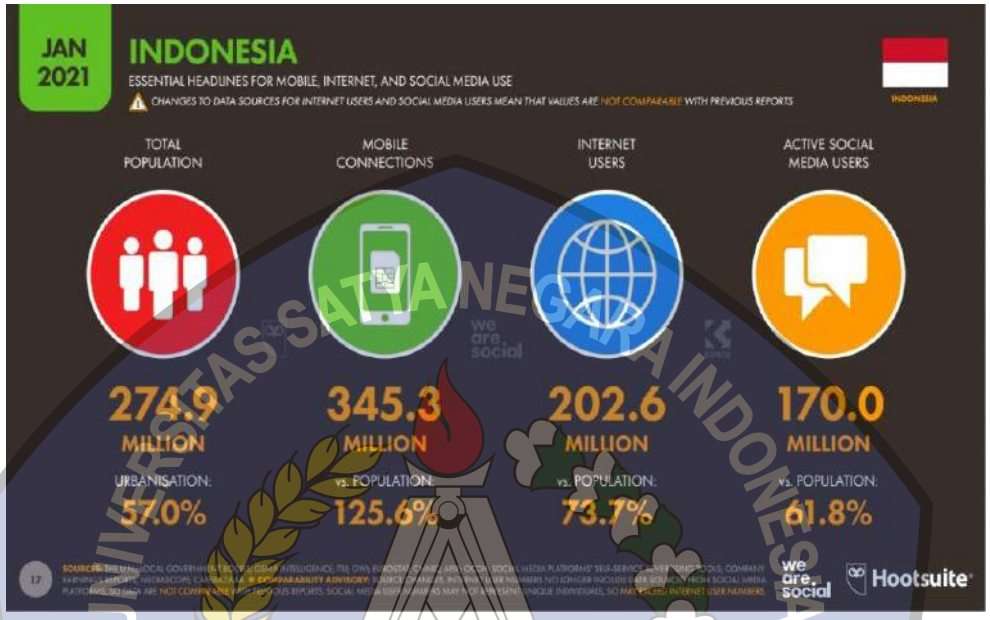
Saat pandemi sekarang ini, penggunaan media berbasis *online* sangat gencar dilakukan untuk mengatasi ruang yang terbatas dalam pelaksanaan berbagai kegiatan Taman Margasatwa Ragunan, perkembangan teknologi dalam media informasi yang digunakan untuk penyampaian dan penerimaan pesan saat ini semakin pesat dan maju, sehingga memudahkan banyak ragam kegiatan manusia. Media informasi berbasis *online* yang menggunakan *internet* untuk mengaksesnya adalah media sosial, beragam macam media sosial yang hadir untuk memudahkan aktifitas masyarakat dalam berinteraksi dan melakukan banyak hal lain, salah satunya dalam penyampaian dan penerimaan pesan. Media sosial yang digunakan

masyarakat diantaranya Youtube, Facebook, Instagram, Twitter dan masih banyak lagi yang fungsinya dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mencari informasi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya tanpa adanya batasan waktu, sehingga dapat diakses kapanpun dan dimanapun sesuai dengan kebutuhan dari penggunanya.

Kemudahan yang disuguhkan media sosial di saat pandemi sekarang ini, tentunya sangat dimanfaatkan pula oleh perusahaan atau lembaga dalam melakukan rencana kerja dan banyak kegiatan lainnya yang tidak dapat dilakukan secara langsung, seperti contohnya melakukan publikasi dan program promosi. Suatu perusahaan atau organisasi dalam mempertahankan eksistensinya agar tetap dikenal dan dipercaya oleh publiknya, harus melakukan kegiatan yang dapat mendekatkan publiknya dengan perusahaan atau organisasi tersebut dalam mengimplementasikan visi dan misi yang telah direncanakan, agar menciptakan hubungan harmonis yang bermanfaat bagi kelangsungan hidup perusahaan atau organisasi tersebut dan juga berguna untuk publiknya.

Contoh kegiatan yang bertujuan untuk mendekatkan diri dan menarik perhatian publiknya maupun khalayak luas, yaitu melakukan program promosi. Kegiatan promosi di tengah pandemi menjadi sebuah hal penting untuk menarik kembali minat khalayak agar rencana kerja dan eksistensi suatu perusahaan atau lembaga tetap dipertahankan, serta khalayak menjadi tertarik untuk mengenal lebih jauh perusahaan atau lembaga tersebut. Oleh sebab itu, Manajemen Taman Margasatwa Ragunan melakukan program promosi di tengah situasi sulit akibat pandemi dengan memanfaatkan media informasi berbasis *online* seperti *Website* resmi, Facebook, Twitter, Youtube dan Instagram, agar khalayak atau masyarakat

luas kembali tertarik untuk berwisata walau berada di tengah suasana yang serba terbatas.



Gambar 1.2

Data pengguna internet dan media sosial di Indonesia Tahun 2021

Sumber: *hootsuite we are social*

Seperti yang kita ketahui bahwa pengguna media sosial di Indonesia jumlahnya tidak sedikit, karenanya Taman Margasatwa Ragunan memilih media sosial sebagai alat untuk menyampaikan dan melakukan program promosi. Pemanfaatan media informasi berbasis *online*, yakni ragam media sosial merupakan sebuah peluang yang baik, dimana kita ketahui bahwa masyarakat atau khalayak luas saat ini sudah bergerak maju dalam mencari informasi dan berinteraksi. Kebutuhan dalam mendapatkan informasi dan penyampaian pesan tidak memerlukan banyak waktu dan biaya dengan hadirnya kemajuan teknologi di

bidang informasi, ditambah lagi dalam situasi pandemi yang mengharuskan semua kegiatan yang dilakukan menggunakan perantara media berbasis *online*.

Dalam melakukan program promosi tersebut, tentu diharapkan Taman Margasatwa Ragunan dapat memberikan apa yang diinginkan oleh publiknya, untuk menyebarluaskan rencana kerja dan program promosi yang dilakukan Taman Margasatwa Ragunan diperlukan tugas seorang praktisi humas yang handal dalam melakukan publisitas dan publikasi, agar khalayak luas atau publiknya dapat mengetahui program kerja yang sedang dilakukan dan yang akan dilakukan oleh Manajemen Taman Margasatwa Ragunan.

Namun dalam pelaksanaannya tersebut tentu menemukan kendala dan hambatan, untuk itu dibutuhkan kerjasama menyeluruh di setiap bidang kerja yang berada di dalam Manajemen Taman Margasatwa Ragunan, dimulai dari level pimpinan hingga lapisan paling bawah di dalam struktur organisasi Taman Margasatwa Ragunan. Apabila publik atau khalayak telah mengetahui rencana kerja dan program promosi yang dilakukan oleh Taman Margasatwa Ragunan, selanjutnya dibutuhkan konsistensi dan berkelanjutan untuk terus mengetahui apa yang diinginkan publik, agar tercipta *goodwiil* dan *image* positif Taman Margasatwa Ragunan. Sehingga tumbuhnya timbal balik yang saling menguntungkan antara lembaga atau perusahaan dengan publiknya.

Tingkat kepercayaan tinggi dari khalayak atau publik adalah kunci keberhasilan suatu perusahaan atau lembaga dalam menjalankan visi, misi dan program kerjanya, serta menjaga eksistensinya. Program promosi yang dilakukan melalui perantara berbagai media sosial memberikan berbagai keuntungan, yaitu

saat menyampaikan informasi mengenai program promosi yang dilakukan tidak diperlukannya biaya yang mahal dan relatif hanya memakan waktu yang singkat.

Maka dari itu, program promosi harus dikemas secara menarik agar khalayak paham maksud dan tujuan yang hendak disampaikan melalui promosi tersebut, mempunyai tujuan agar khalayak menjadi tertarik untuk memakai atau memanfaatkan jasa yang ditawarkan dalam program promosi tersebut. Dalam kegiatan promosi, suatu perusahaan atau lembaga tidak hanya menawarkan produk atau barang untuk dikenalkan ke khalayak luas dengan maksud untuk menarik konsumen atau khalayak agar mau membeli dan menggunakan produk tersebut, namun bisa berupa jasa yang masuk ke dalam kategori promosi.

Seperti yang dilakukan oleh Taman Margasatwa Ragunan dalam menjalankan program promosi dengan menawarkan jasa kepada khalayak luas atau publiknya untuk menarik minat masyarakat atau khalayaknya agar tertarik memanfaatkan jasa yang ditawarkan Taman Margasatwa Ragunan tersebut. Untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan program promosi, dibutuhkan tujuan dan sasaran yang tepat serta sesuai dengan apa yang diharapkan, agar program promosi yang dilakukan menjadi efektif. Dikatakan efektif apabila kegiatan promosi dapat dijalankan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, tentu tidak mudah dalam mencapai hal tersebut. Oleh sebab itu dibutuhkan sinergi yang baik dalam melaksanakan seluruh tugas pokok dan fungsi masing-masing bagian di dalam tim saat melaksanakan program promosi sesuai dengan prosedur yang baik.

Taman Margasatwa Ragunan dalam menjalankan program promosi menggunakan beberapa *platform* media sosial, hal tersebut bukan pekerjaan yang

mudah untuk dilakukan agar pesan dan tujuan yang ingin disampaikan melalui program promosi tersebut dapat tersampaikan ke khalayak luas. Dibutuhkan kemampuan dan keterampilan yang baik dalam mengemas, menyampaikan pesan melalui program promosi yang dijalankan, sehingga masyarakat atau khalayak luas dapat menerima dan memahami tentang isi dari program promosi yang Taman Margasatwa Ragunan suguhkan di beberapa *platform* media sosial.

Gambar 1.3
Salah satu program promosi Taman Margasatwa Ragunan melalui *platform* Instagram @ragunanzoo

Penggunaan beberapa *platform* media sosial sebagai perantara atau alat dalam pelaksanaan program promosi Taman Margasatwa Ragunan seperti Facebook, Youtube dan Instagram merupakan sebuah taktik yang berorientasi pada perkembangan masyarakat informasi yang pola kehidupannya beralih menjadi serba digital dalam mengkonsumsi informasi dan interaksi, karena derasnya arus

informasi dari media baru atau melalui media sosial yang berpusat pada perkembangan kemajuan teknologi informasi yang semakin pesat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengukur efektivitas program promosi yang dilakukan Taman Margasatwa Ragunan melalui *platform* media sosial yang dimiliki Taman Margasatwa Ragunan, karena ada beberapa program yang dijalankan untuk menarik minat khalayak.

Oleh karena itu, Taman Margasatwa Ragunan tetap mencari peluang yang baik disaat kegiatan dan mobilitas masyarakat diluar rumah tengah dibatasi guna menyebarluaskan eksistensi di tengah situasi sulit akibat pandemi melalui program promosi. Namun dari beberapa *platform* media sosial yang digunakan dalam pelaksanaan program promosi, tidak semuanya berjalan dengan sesuai rencana yang diharapkan Manajemen Taman Margasatwa Ragunan. Tingkat efektif dari beberapa *platform* media sosial yang digunakan tentu berbeda sebagai tolak ukur dalam keberhasilan Taman Margasatwa Ragunan memberikan informasi, hiburan dan edukasi kepada khalayak luas. Efektif erat kaitannya dengan tersampaikannya pesan dan informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak melalui program promosi yang dijalankan Taman Margasatwa Ragunan, masyarakat atau khalayak dalam mencari informasi di media sosial membutuhkan hal-hal yang menarik dan tingkat keakuratan yang tinggi dari sebuah informasi atau pesan yang disebarluaskan di jagat dunia maya.

Taman Margasatwa Ragunan sebagai salah satu objek wisata terkenal di Jakarta dan salah satu bagian dari instansi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta harus memberikan informasi dan pesan yang kredibel, menarik minat khalayak serta

mampu mengetahui apa yang diinginkan khalayaknya, agar reputasi dan citra baik yang mengarah kepada opini publik tercipta di mata masyarakat luas khususnya masyarakat DKI Jakarta. Berdasarkan uraian permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Taman Margasatwa Ragunan yang berkonsentrasi dalam mengukur efektivitas pelaksanaan program promosi yang dilakukan melalui *platform* media sosial yang dimiliki dan dikelola Taman Margasatwa Ragunan dengan mengangkat judul penelitian yaitu Efektivitas Program Promosi Taman Margasatwa Ragunan Di Masa Pandemi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian yang dilakukan yaitu, *platform* media sosial apa yang efektif digunakan sebagai media penyampaian program promosi (Survei pada pengunjung Taman Margasatwa Ragunan)?

1.3 Tujuan Penelitian

Di dalam penelitian yang dilakukan, memiliki tujuan untuk mengetahui *platform* media sosial apa yang efektif digunakan sebagai media penyampaian program promosi (Survei pada pengunjung Taman Margasatwa Ragunan).

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian tentunya memiliki manfaat, adapun manfaat penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai pemikiran dalam pembaharuan kurikulum Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia dan diharapkan memiliki manfaat pula dalam peminatan konsentrasi Humas, terlebih lagi dapat menambah pengetahuan tentang Evektivitas Program Promosi Taman Margasatwa Ragunan Di Masa Pandemi, serta dapat menjadi referensi ilmiah mengenai Humas dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam menambah wawasan penulis dan pembaca untuk meningkatkan ilmu pengetahuannya, khususnya dalam memberikan informasi mengenai Efektivitas Program Promosi Taman Margasatwa Ragunan Di Masa Pandemi. Kemudian diharapkan menambah referensi bagi Taman Margasatwa Ragunan sebagai tempat untuk melakukan penelitian dan tidak hanya sebagai tempat berwisata. Serta diharapkan pula menjadi referensi bacaan yang bermanfaat bagi masyarakat luas.