

ANALISIS MEDIA PROMOSI PADA AKUN TIKTOK @KEBUN BINATANG SURABAYA (KBS) DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG

Oleh :

Arya Nugraha Ramadhan

M. Andi Fikri

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SIDOARJO

Juli-2024

Pendahuluan

Media sosial merupakan salah satu perkembangan teknologi digital yang memungkinkan masyarakat mudah berkomunikasi dengan banyak orang tanpa memandang lokasinya dengan menggunakan Internet.

Salah satu media sosial yang sedang tren saat ini adalah Tiktok. Aplikasi ini untuk membuat video pendek dengan musik. Apalagi aplikasi ini sangat populer di kalangan banyak orang, baik orang dewasa, anak-anak, maupun anak di bawah umur

Kebun binatang Surabaya dapat menggunakan TikTok untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka, meningkatkan kesadaran dan edukasi tentang hewan, dan melakukan riset ilmiah. Pengguna dapat menggunakan TikTok untuk mendapatkan hiburan dan edukasi tentang hewan

Pendahuluan



Gambar 1. Kebiasaan Penggunaan Tiktok



Gambar 2. Halaman Profil Tiktok KBS

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

“Bagaimana Peran Media Promosi pada Akun Tiktok @Kebun Binatang Surabaya (KBS) dalam Meningkatkan Minat Pengunjung?”

Metode

Metode Kualitatif

Metode penelitian yang berlandaskan interpretatif, digunakan untuk mempelajari keadaan sosial media, dan merupakan alat yang penting bagi peneliti.

Metode Observasi

1. Pengamatan Langsung terhadap Konten yang Diposting
2. Tanggapan dari Pengunjung
3. Data Kinerja Seperti Jumlah Tayangan, Komentar, dan Interaksi Lainnya.

Hasil

1. Akun tiktok @kebunbinatang surabaya melalui aplikasi TikTok sangat memberikan pengaruh kepada peningkatan penjualan tiket masuk Kebun Binatang Surabaya.
2. TikTok Kebun Binatang Surabaya menyesuaikan situasi dan kondisi misalnya mendekati lebaran mempersiapkan promo-promo untuk menarik pengunjung kedatangan *guest star* (bintang tamu) Irenne Ghea dan Maretha Primadani serta hiburan menarik lainnya.
3. Konten dilakukan secara terjadwal dan konsisten setiap hari agar pengguna TikTok bisa mengetahui aktivitas terbarunya.

Pembahasan

Strategi pemasaran yang digunakan oleh akun TikTok @kebunbinatangsurabaya mencakup bauran pemasaran (Marketing Mix) **7P** sebagai berikut :

1. **Price** (Harga)
2. **Place** (Tempat)
3. **Promotion** (Promosi)
4. **Product** (Produk)
5. **People** (Orang)
6. **Process** (Proses)
7. **Physical Evidence** (Bukti Fisik)

Temuan Penting Penelitian

Price (Harga) **Gambar atau Poster Harga**



- Strategi harga tiket masuk (HTM) Kebun Binatang Surabaya tergolong cukup terjangkau di bandingkan dengan Kebun Binatang lainnya.
- Pembelian tiket juga bisa dilakukan dengan cara membeli *On The Spot* (OTS) atau melalui online (TikTok).

Temuan Penting Penelitian

Promotion (Promosi) Poster Promosi



- Tujuan promosi penjualan tiket ialah untuk meningkatkan penjualan dan menaikkan jumlah pelanggan.
- Kebun Binatang Surabaya tidak hanya menjual tiket secara online melalui website resmi Kebun Binatang Surabaya <https://www.surabayazoo.co.id> maupun pembelian offline.
- Dengan poster seperti ini, bisa memanfaatkan konten TikTok yang menjangkau banyak orang dan menarik perhatian lebih banyak pengunjung Kebun Binatang Surabaya.

Temuan Penting Penelitian

Product (Produk) **Contoh Konten Edukatif**

- Strategi product (produk) cara perusahaan dalam menyediakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan konsumen untuk meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan market share.
- Produk meliputi dasar produk yang sesungguhnya dibutuhkan oleh konsumen, dengan cara konten TikTok telah menjadi platform media sosial yang sangat populer dengan potensi besar untuk memasarkan produk.
- Dengan adanya selebrasi dan endorsement semakin mendapatkan perhatian dan popularitas diantara minat pengunjung.



Temuan Penting Penelitian

People (Orang) Karyawan KBS



- Strategi people (orang) karyawan yang ramah dan profesional, sebagai pemandu wisata yang berpengalaman dan berpengetahuan satwa dan habitatnya.
- Menampilkan kisah dan keseharian para karyawan dan staff Kebun Binatang Surabaya dalam merawat dan berinteraksi dengan hewan.
- Hal ini dapat membangun koneksi emosional dengan audience dan menunjukkan dedikasi Kebun Binatang Surabaya terhadap kesejahteraan pada hewan. Menunjukkan komitmen Kebun Binatang Surabaya terhadap konservasi dan edukasi.

Temuan Penting Penelitian

Process (Proses) **Gambar Tiket Masuk KBS**

- Strategi process (proses) Kebun Binatang Surabaya menerapkan penjualan tiket yang efektif dan efisien untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung dan meningkatkan pendapatan Kebun Binatang Surabaya.
- Pengunjung dapat membeli tiket langsung di loket tiket Kebun Binatang Surabaya tersedia di beberapa pintu masuk. Petugas tiket akan melayani pembelian tiket dengan rama dan proposional.
- Tersedia berbagai metode pembayaran seperti tunai dan non tunai. Pembelian tiket bisa melalui akun TikTok @Kebun Binatang Surabaya.



Temuan Penting Penelitian

Physical Evidence (Bukti Fisik) **Gambar Lingkungan KBS**



- Strategi bukti fisik walaupun ini lebih berlaku untuk produk fisik, namun untuk Kebun Binatang Surabaya di TikTok bukti fisik bisa berupa : kualitas video yang baik dan menarik, tampilan Kebun Binatang Surabaya yang bersih dan terawat yang di tonjolkan pada gambar ini.
- Kesan profesional dan informatif dari konten yang di produksi, juga keberadaan hewan-hewannya terlihat terawat dan staff karyawan Kebun Binatang Surabaya menunjukkan dedegasi yang tinggi terhadap hewan dan Kebun Binatangnya.
- Tempat pendukungnya sarana dan prasarana yang ada di Kebun Binatang Surabaya terpelihara dengan baik.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Memperkaya literatur mengenai peran media promosi pada akun tiktok @Kebun Binatang Surabaya (KBS) dalam meningkatkan minat pengunjung .

Manfaat Praktis

Memberi wawasan yang mendalam kepada pihak Kebun Binatang Surabaya (KBS) dalam meningkatkan minat pengunjung.

Referensi

- [1] P. M. Yusup, N. Komariah, N. Prahajmaja, and C. M. S. Samson, "Pemanfaatan Internet Untuk Penghidupan Di Kalangan Pemuda Pedesaan," *Baca J. Dokumentasi Dan Inf.*, vol. 40, no. 2, pp. 217–227, 2019.
- [2] P. H. Fitriyanti, "Reopening of Surabaya Zoo in Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) Pandemic," *Airlangga Dev. J.*, vol. 5, no. 2, pp. 65–79, 2021.
- [3] U. D. E. Noviyanti and F. M. Pratiwi, "Kebijakan Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Kebun Binatang Surabaya)," *At-Tanwir Law Rev.*, vol. 3, no. 1, pp. 124–139, 2023.
- [4] BPS, *Statistik Indonesia dalam Infografis 2021*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia, 2021.
- [5] A. A. I. Satvikadewi and H. Kusumaningrum, "Profil Psikografis & Penggunaan Media Pada Kelompok Milenial Pengunjung Kebun Binatang Surabaya," *J. Spektrum Komun.*, vol. 7, no. 2, pp. 15–28, 2019.
- [6] R. D. Susilowati, S. Utama, and N. Faiziyah, "Penerapan Podcast pada Aplikasi Spotify Sebagai Media Pembelajaran Matematika di Tengah Pandemi Covid-19," *J. Ris. Pendidik. Dan Inov. Pembelajaran Mat.*, vol. 4, no. 1, pp. 68–78, 2020.
- [7] E. T. Enderwati and Y. Ekawarti, "Efektifitas Penggunaan Sosial Media Tik Tok Sebagai Media Promosi Ditinjau Dari Perspektif Buying Behaviors," *MANDAR Manag. Dev. Appl. Res. J.*, vol. 4, no. 1, pp. 112–120, 2021.
- [8] P. Setyaningrum, "Profil Kota Surabaya, Ibu Kota Provinsi Jawa Timur," 2022. <https://surabaya.kompas.com/read/2022/08/10/224341178/profil-kota-surabaya-ibu-kota-provinsi-jawa-timur?page=all> (accessed Jul. 09, 2024).
- [9] Ginee.com, "Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelepar!," 2021. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/> (accessed Jul. 14, 2024).
- [10] G. L. A. K. Putra and G. P. P. A. Yasa, "Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial," *J. nawala Vis.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–8, 2019.
- [11] S. W. Astuti and D. S. Subandiah, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Tik Tok Terhadap Gratifikasi Penggunanya," *Promedia (Public Relat. Dan Media Komunikasi)*, vol. 7, no. 1, pp. 70–107, 2021.
- [12] Tiktok, "Menggunakan Promosi Untuk Mengembangkan Audiens Tiktok Anda," 2024. <https://support.tiktok.com/id/using-tiktok/growing-your-audience/use-promote-to-grow-your-tiktok-audience?lang=id> (accessed Jul. 09, 2024).
- [13] M. A. Fadoli, "Pengaruh Citra Destinasi, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan." Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri, Purwokerto, 2024.
- [14] C. S. Akasse and R. Ramansyah, "Strategi Promosi Pariwisata melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata," *J. Socius J. Sociol. Res. Educ.*, vol. 10, no. 1, pp. 52–60, 2023.
- [15] A. J. Jalmaf, S. Sahusilawane, and G. Rehatta, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Pantai Ngurbloat Maluku Tenggara," *J. Adm. Terap.*, vol. 1, no. 1, pp. 87–91, 2022.

Referensi

- [16] S. L. O. Besi, M. Akbar, and S. Rizal, "Analisis Strategi Cyber Public Relations Trans Studio Mall Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung," *J. Komun.*, vol. 16, no. 2, pp. 35–47, 2023.
- [17] Kebun Binatang Surabaya, "Halaman Profil TikTok KBS," 2024. https://www.tiktok.com/@kebunbinatang-surabaya?_t=8lqllkihXgl&_r=1 (accessed Jul. 14, 2024).
- [18] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Ke-2. Bandung: Alfabeta, 2020.
- [19] Ginee, "Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelepar!," 2021. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/> (accessed Jul. 09, 2024).
- [20] D. A. Sari and L. S. Rahmatin, "Strategi Pengembangan Kebun Binatang Surabaya," *Kult. J. Ilmu Hukum, Sos. dan Hum.*, vol. 1, no. 6, pp. 67–75, 2023.
- [21] A. Devi, "Merapat Rek! Ada Promo Spesial di KBS Spesial HUT ke-731 Kota Surabaya," 2024. <https://www.detik.com/jatim/wisata/d-7359997/merapat-rek-ada-promo-spesial-di-kbs-spesial-hut-ke-731-kota-surabaya> (accessed Jul. 09, 2024).
- [22] Kebun Binatang Surabaya, "Gambar atau Poster Harga Masuk Kebun Binatang Surabaya," 2024. <https://vt.tiktok.com/ZSYR5nRsa/> (accessed Jul. 14, 2024).
- [23] Kebun Binatang Surabaya, "Akun Tiktok KBS (Kebun Binatang Surabaya)," 2024. https://www.tiktok.com/@kebunbinatang-surabaya?_t=8o0KC192Xbt&_r=1 (accessed Jul. 14, 2024).
- [24] Kebun Binatang Surabaya, "Perayaan 1 Tahun Singa: Dona dan Bima," 2024. <https://vt.tiktok.com/ZSYRaAsF8/> (accessed Jul. 14, 2024).
- [25] Kebun Binatang Surabaya, "Profil Tiktok Kebun Binatang Surabaya," 2024. https://www.tiktok.com/@kebunbinatang-surabaya?_t=8jvJluviERL&_r=1 (accessed Apr. 03, 2024).
- [26] R. Fauzan et al., *Islamic Marketing*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- [27] Kebun Binatang Surabaya, "Tiktok Kebun Binatang Surabaya," 2024. https://www.tiktok.com/@Kebun Binatang Surabaya?_t=8mOVltq2t Eu&_r=1 (accessed Jul. 13, 2024).
- [28] Kebun Binatang Surabaya, "Talk With Crocodile," 2024. https://www.tiktok.com/@kebunbinatang-surabaya/video/7380632135947 799814?_r=1&_t=8nyaSnkQeh7 (accessed Jul. 13, 2024).
- [29] Tripadvisor, "Foto: Locket Surabaya Zoo," 2023. https://www.tripadvisor.co.id/LocationPhotoDirectLink-g297715-d1979093-i179630484-Surabaya_Zoo-Surabaya_East_Java_Java.html (accessed Jul. 13, 2024).
- [30] A. N. Ramadhan and M. A. Fikri, "Gambar Lingkungan KBS." Dokumen Peneliti, Surabaya, 2024.

