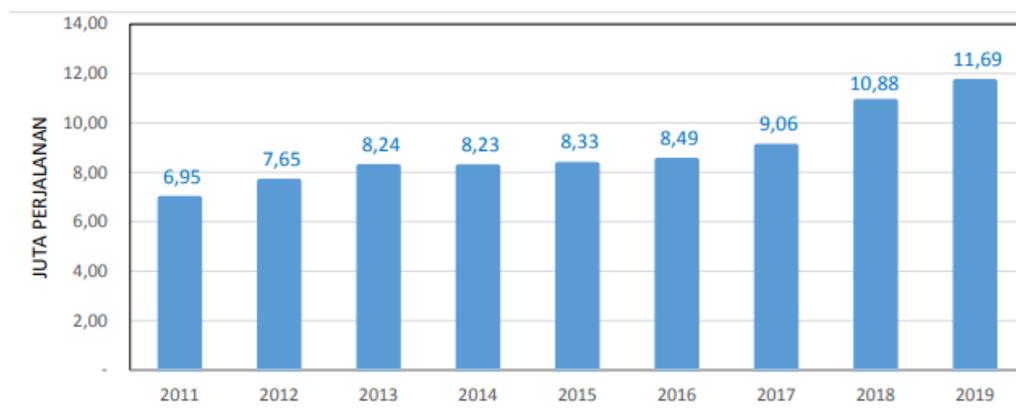


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri Pariwisata di Indonesia semakin berkembang dan minat dari masyarakat pun semakin meningkat baik Pariwisata dalam negeri maupun luar negeri. Menurut data BPS (2019), pada tahun 2019 jumlah perjalanan ke luar negeri yang dilakukan penduduk Indonesia mencapai 11.69 juta orang. Angka ini membuktikan bahwa ada peningkatan sebanyak 7,42 persen dari tahun sebelumnya.

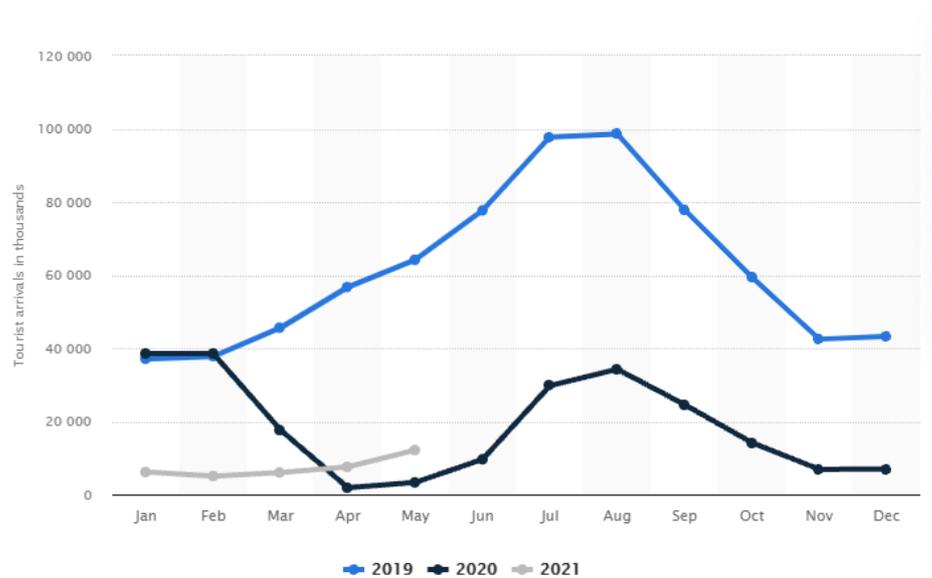


Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Perjalanan Penduduk Indonesia ke Luar Negeri 2011-2019

Sumber : bps.go.id (2020) (diakses 6 Oktober 2021)

Dari gambar 1.1, dapat dilihat bahwa jumlah perjalanan penduduk Indonesia ke luar negeri setiap tahun nya sejak tahun 2011 hingga 2019 terus mengalami kenaikan, kecuali pada tahun 2014 yang mengalami sedikit penurunan dari tahun sebelumnya. Berdasarkan data BPS (2019), dari 11,69 juta orang yang melakukan perjalanan ke luar negeri pada tahun 2019, sekitar 2,77 persen nya (323.813 orang) melakukan perjalanan ke beberapa negara di Eropa seperti Turki, Inggris, Belanda, Jerman, Perancis, Italia, dan Rusia. Dari angka ini, dapat dilihat bahwa peminat atau *market* untuk berlibur ke negara Eropa cukup tinggi.

Namun, akibat dari pandemi Covid 19 yang terjadi sejak Maret 2020, (Itani dan Hollebeek, 2021) industri Pariwisata menjadi salah satu sektor yang menghadapi kesulitan di masa pandemi Covid 19.



Gambar 1.2 Perubahan kedatangan turis internasional di Eropa akibat pandemi Covid 19 dari Januari 2019 hingga Mei 2021

Sumber : Statista.com (2021) (diakses 14 Oktober 2021)

Dilihat dari gambar 1.2, turis yang datang ke Eropa mengalami penurunan sejak Maret 2020. Jika dibandingkan dengan tahun 2019, tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan kedatangan turis internasional yang sangat drastis akibat penyebaran virus di Eropa yang meningkat.

European Region						
Italy	101739	4050	11591	810	Local transmission	0
Spain	85195	6398	7340	812	Local transmission	0
Germany	61913	4615	583	128	Local transmission	0
France	43977	4335	3017	415	Local transmission	0
The United Kingdom	22145	2619	1408	180	Local transmission	0
Switzerland	15412	1138	295	38	Local transmission	0
Belgium	11899	1063	513	82	Local transmission	0
Netherlands	11750	884	864	93	Local transmission	0
Turkey	10827	1556	168	37	Local transmission	0
Austria	9618	805	108	22	Local transmission	0
Portugal	6408	446	140	21	Local transmission	0
Israel	4831	584	17	2	Local transmission	0
Norway	4226	124	26	4	Local transmission	0
Sweden	4028	328	146	36	Local transmission	0
Czechia	3002	173	24	8	Local transmission	0
Ireland	2910	295	54	8	Local transmission	0
Denmark	2577	182	77	5	Local transmission	0
Poland	2055	193	31	9	Local transmission	0
Luxembourg	1988	38	22	1	Local transmission	0

Gambar 1.3 Negara, wilayah atau daerah yang terkonfirmasi memiliki kasus dan kematian per 31 Maret 2020

Sumber : who.int (2020) (diakses 14 Oktober 2021)

Banyak negara yang menutup perbatasannya untuk mencegah penularan dari keluar-masuknya turis. Penutupan perbatasan berlaku untuk 26 negara Uni Eropa yang menggunakan Visa Schengen serta Islandia, Liechtenstein, Norwegia, dan Swiss (Media Indonesia, 2020). Oleh karena itu, banyak wisatawan Indonesia yang tidak bisa berlibur ke luar negeri dan terpaksa melakukan kegiatan dari rumah saja.

Hal ini membuat Candrika Travel sebagai *travel agency* khusus destinasi Eropa, mengalami kendala dalam memasarkan jasa pariwisata kepada masyarakat Indonesia. Sebagai inovasi dari keterbatasan yang terjadi, muncullah *virtual tour* dimana konsep ini menjadi solusi untuk tetap bisa berlibur di tengah pandemi. Selain dapat melihat keindahan suatu tempat atau negara, kita juga dapat mengenal lebih dalam mengenai tempat tersebut melalui penjelasan dari *guide* seperti layaknya *tour* seperti biasa.

Virtual tour dapat dikatakan menjadi salah satu solusi bagi industri Pariwisata disaat pandemi. Dari adanya *virtual tour*, tempat wisata maupun *travel agent* dapat tetap mendapat pemasukan untuk tetap bertahan selama Pandemi. *Virtual tour* dapat dilakukan secara massal maupun pribadi, dengan sarana melalui *Google Street View* ataupun secara langsung (*live*) dengan *guide* yang berada di tempat wisata tersebut.

Menurut Yang T, dkk (2021) telepresensi terbukti dapat meringankan stres dan memberikan rasa senang. *Virtual tour* dapat membantu orang untuk meringankan

stres akibat pandemi yang mengharuskan dirumah. *Virtual tour* sendiri banyak dilakukan baik oleh perusahaan travel maupun tempat wisata baik gratis maupun berbayar, beberapa perusahaan travel yang melakukan *virtual tour* adalah Atourin, HIS Travel, Blibli Tour, dll.



Gambar 1.4 HIS Travel mengadakan *virtual tour*

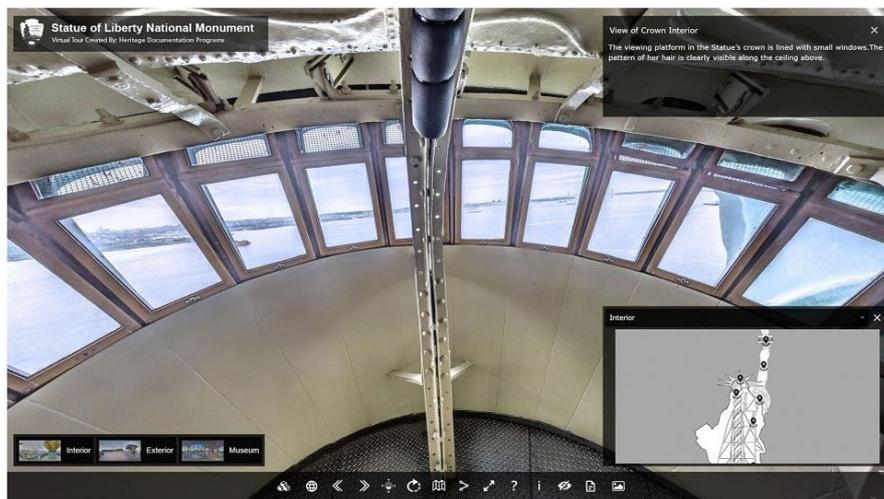
Sumber : Instagram HIS Travel (diakses 14 Oktober 2021)



Gambar 1.5 Atourin mengadakan *virtual tour*

Sumber : Instagram Atourin (diakses 14 Oktober 2021)

Tempat wisata juga banyak yang melakukan *virtual tour* saat diharuskan tutup karena pandemi, seperti wisata dalam negeri yaitu Monas, Masjid Istiqlal, Planetarium Jakarta, Museum Nasional, dll. Sedangkan untuk wisata luar negeri, beberapa tempat wisata yang mengadakan *virtual tour* adalah Menara Eiffel, Patung Liberty, Sydney Opera House, dll.



Gambar 1.6 *virtual tour* monumen nasional New York

Sumber : nps.gov (diakses 14 Oktober 2021)

Sebagai perusahaan travel internasional khusus Eropa, Candrika Travel juga menjadi terdampak karena negara-negara di Eropa yang menutup perbatasannya. Hal ini membuat Candrika Travel harus berupaya untuk bertahan di tengah pandemi dengan mengadakan jasa untuk mahasiswa baru dan *virtual tour*.

Penulis memiliki minat untuk menekuni pekerjaan yang memungkinkan penulis untuk bekerja sambil berekreasi, seperti contohnya pada bidang Pariwisata dan Perhotelan. Setelah melihat upaya yang dilakukan oleh Candrika Travel dalam masa pandemi agar tetap berjalan, maka penulis tertarik untuk melakukan kerja magang di Candrika Travel. Dengan adanya *virtual tour*, penulis berharap agar bisa mendapatkan ilmu *marketing* maupun mengelola dan mempromosikan *event* untuk meningkatkan *brand awareness* sebagai bekal saat penulis memasuki dunia kerja bidang Pariwisata dan Perhotelan.

Oleh karena itu, disusunlah laporan kerja magang ini yang berjudul “Pelaksanaan Kegiatan *Marketing Communication* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* di Candrika Travel” sebagai hasil dari kerja magang penulis selama 3 bulan di Candrika Travel.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari program magang ini bagi penulis adalah untuk lebih mengenal dan memahami dunia industri kerja khususnya pada bidang pariwisata di perusahaan Candrika Travel. Sedangkan tujuan program magang bagi penulis adalah untuk :

1. Menambah ilmu dan pengalaman di dunia kerja bidang *marketing*.
2. Menerapkan ilmu mengenai *marketing* yang sudah dipelajari di perkuliahan khususnya *integrated marketing communication*, *event marketing* dan *digital marketing*
3. Memahami dan mengetahui cara mengadakan *event* serta mengelola *event* agar berjalan lancar.
4. Berkontribusi dalam divisi *marketing* Candrika Travel untuk mengembangkan *marketing* perusahaan.
5. Sebagai syarat untuk lulus mata kuliah *internship* agar dapat memenuhi persyaratan kelulusan strata 1 manajemen.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan program kerja magang ini sesuai dengan ketentuan yang ditentukan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, yaitu minimal 90 hari atau 60 hari kerja. Pelaksanaan magang yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

Nama Perusahaan : Candrika Travel

Alamat : Jl. Kelapa Lilin XI Blok NI 10/21

Waktu Pelaksanaan : 16 Juni 2021 – 17 September 2021

Posisi : *Marketing, Marketing Communication Intern*

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilaksanakan penulis adalah sebagai berikut :

1. Penulis melakukan *interview* dengan Candrika Travel pada 10 Juni 2021.
2. Penulis mendapat keputusan diterima pada 15 Juni 2021, dan efektif bekerja mulai tanggal 16 Juni 2021.
3. Setelah diterima, penulis melakukan pengajuan formulir KM 01 yang merupakan syarat untuk mendapatkan surat KM 02 pada 16 Juni 2021 dan mendapatkan surat KM 02 pada 18 Juni 2021.
4. Mendapatkan surat keterangan magang pada 21 Juni 2021.
5. Melengkapi dokumen formulir seperti KM 03, KM 04, KM 05, KM06, dan KM 07.
6. Menyusun laporan magang sebagai syarat untuk sidang magang.