

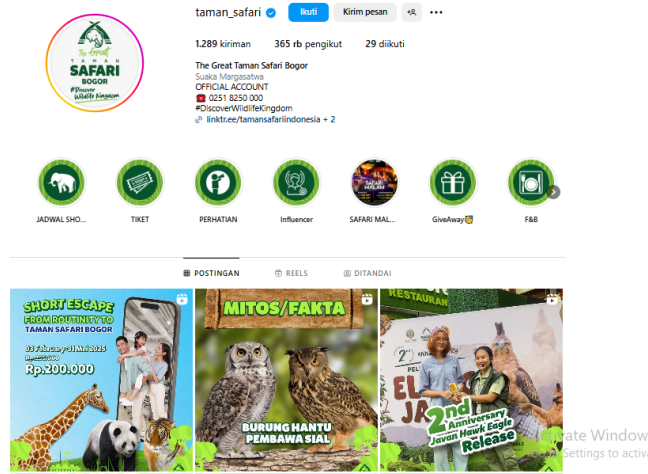
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam industri pariwisata Surentu *et al.*, (2020, 4). Media sosial, sebagai salah satu produk dari kemajuan teknologi digital, telah menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan destinasi wisata Yanti *et al.*, (2024, 2). Sebagai contoh, pelaku industri pariwisata saat ini gencar membangun citra positif dan menarik bagi usaha mereka dengan memanfaatkan platform digital. Tujuannya adalah untuk menjangkau audiens yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan minat kunjungan ke destinasi wisata yang dipromosikan Atmaja, (2023, 151).

Salah satunya tempat-tempat rekreasi seperti Taman Safari Bogor, Indonesia. Dari sekian banyak *platform* media sosial yang ada, Instagram menonjol sebagai salah satu media yang paling populer di kalangan masyarakat, terutama generasi muda, karena fokusnya pada konten visual yang menarik dan mudah diakses.



**Gambar 1. 1 Instagram Safari Bogor**

Akun Instagram resmi Taman Safari Bogor, yang dapat diakses melalui tautan [https://www.instagram.com/taman\\_safari/](https://www.instagram.com/taman_safari/), memiliki jumlah pengikut sebanyak 365 ribu *followers*. Dari segi konten, akun ini telah memposting sebanyak 1.289 unggahan yang didominasi oleh foto dan video menarik terkait kehidupan satwa liar, aktivitas pengunjung, serta informasi seputar wahana dan program edukasi yang tersedia di Taman Safari Bogor. Akun ini juga dikenal sebagai saluran resmi untuk menyampaikan informasi penting kepada calon pengunjung, seperti jam operasional dan nomor kontak layanan pelanggan. Dengan jumlah pengikut yang cukup besar dan beragamnya jenis konten visual yang diunggah, akun ini tampaknya menjadi salah satu alat promosi utama untuk menarik minat wisatawan agar mengunjungi destinasi tersebut.

Instagram tidak hanya digunakan untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga telah berkembang menjadi alat pemasaran yang sangat kuat bagi pelaku industri pariwisata. Dengan fitur-fitur seperti foto, video, *story*, hingga *reels*, Instagram

memberikan pengalaman visual yang dapat memengaruhi persepsi dan minat seseorang terhadap suatu destinasi wisata Hutomo (2024, 53). Melalui unggahan yang menampilkan keindahan alam, aktivitas seru, serta pengalaman tak terlupakan di Taman Safari Bogor, pengguna Instagram dapat merasa terinspirasi untuk mengunjungi tempat tersebut. Taman Safari Bogor sendiri merupakan salah satu destinasi wisata terkenal di Indonesia yang menawarkan pengalaman unik berupa interaksi langsung dengan satwa liar dalam lingkungan yang mendekati habitat aslinya. Sebagai salah satu objek wisata edukatif dan rekreasi, Taman Safari Bogor memiliki potensi besar untuk menarik minat wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

Media sosial telah menjadi salah satu alat paling efektif dalam meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) serta memperluas jangkauan pemasaran. Perkembangannya yang pesat didorong oleh kemunculan berbagai platform baru, seiring dengan semakin mudahnya akses internet di rumah Oktaviana (2024, 2).

Di kebun binatang safari yang ada di Indonesia, seperti Taman Safari Bogor di Jawa Barat, Bali Safari di Pulau Bali, serta Taman Safari Prigen di Jawa Timur, pengunjung dapat menjelajahi habitat alami yang dirancang khusus untuk berbagai jenis hewan dari dalam maupun luar negeri.

Taman Safari Bogor, *Baby Zoo* menawarkan pengalaman interaktif dengan satwa muda. Pengunjung bisa berinteraksi dengan kanguru di *Australian Outback*, mengamati jaguar dan macan tutul di *Big Cat Zone*, serta berfoto dengan berbagai hewan melalui fasilitas *Photo With Animals*. Tidak hanya itu Taman Safari Bogor,

pengunjung dapat menikmati berbagai zona satwa yang menarik dan edukatif. Salah satu area yang menjadi favorit adalah Kubah Burung , di mana Anda bisa bertemu berbagai jenis burung dengan keindahan suara kicauannya yang memukau. Selain itu, ada Pulau Komodo , tempat Anda dapat mengamati perilaku komodo, satu-satunya hewan purba yang masih hidup hingga saat ini, memberikan pengalaman unik untuk belajar tentang spesies langka ini. Bagi pecinta hewan laut, Bahtera Penguin menawarkan kesempatan melihat penguin yang imut dan menggemaskan, menjadi daya tarik tersendiri bagi anak-anak maupun dewasa. Pusat Primata juga menjadi sorotan karena menampilkan berbagai jenis primata yang akan membuat Anda takjub dengan kecerdasan dan tingkah lakunya. Sementara itu, Lorong Reptil menghadirkan suasana berbeda dengan koleksi reptil eksotis serta satwa nokturnal yang dipamerkan dalam terowongan dengan pencahayaan minim, menciptakan nuansa alami sekaligus mendebarkan bagi pengunjung (SafariBogor, 2023).

Sementara itu, di Bali *Safari Park*, Di Taman Safari Bali, Anda dapat menyaksikan keindahan dan kemegahan satwa liar dari berbagai belahan dunia, termasuk harimau yang menjadi salah satu daya tarik utama. Harimau, sebagai anggota terbesar spesies "kucing besar", dapat memiliki berat hingga 350 kg dan merupakan predator yang aktif berburu di sore atau malam hari, memangsa hewan seperti babi hutan, rusa, dan bahkan monyet. Di Indonesia, tiga subspecies harimau pernah ada, tetapi harimau Bali punah pada tahun 1930-an dan harimau Jawa pada 1970-an, sementara populasi harimau Sumatera kini tersisa kurang dari 400 ekor.

akibat deforestasi dan perburuan liar. Taman Safari Bali aktif dalam upaya konservasi dengan mendirikan pusat pembiakan dilengkapi bank genom untuk mencegah kepunahan lebih lanjut. Selain harimau, pengunjung juga dapat bertemu gajah Sumatera, singa dari Afrika dan India, badak bercula lima, serta kuda nil raksasa yang hidup di dekat sungai dan rawa-rawa. Semua satwa ini tinggal di habitat yang dirancang menyerupai alam liar mereka, sehingga pengunjung dapat melihat mereka berkeliaran bebas sambil menikmati Safari Journey menggunakan bus khusus. Pengalaman ini tidak hanya menghibur tetapi juga edukatif, karena pengunjung dapat berinteraksi langsung dengan hewan seperti memberi makan jerapah atau bermain dengan surili, sekaligus mempelajari pentingnya pelestarian satwa langka di Indonesia (SafariBali, 2025).

Di Taman Safari Prigen, Jawa Timur, terdapat area *Baby Zoo* yang memungkinkan pengunjung untuk berinteraksi lebih dekat dengan berbagai jenis satwa. Di sini, Anda tidak hanya bisa melihat dari dekat, tetapi juga berinteraksi langsung dengan beberapa satwa secara menyenangkan. Selain itu, momen liburan Anda dapat diabadikan dengan mengambil foto bersama satwa-satwa eksotis dan menggemaskan yang ada di *Baby Zoo*. Bagi yang ingin menjelajahi area taman dengan cara unik, tersedia fasilitas *Satwa Tunggang*, di mana Anda bisa menunggang satwa tertentu untuk melengkapi petualangan seru ini. Tidak ketinggalan, area *Aquatic Land* menawarkan kesempatan untuk melihat lebih dekat satwa akuatik seperti anjing laut, beaver, dan penguin Humboldt yang didatangkan langsung dari Amerika Selatan. Ada juga *Australian Zone*, zona baru yang

memperkenalkan satwa khas Benua Australia seperti red neck wallaby, wombat, grey kanguru, red kanguru, dan emu bird. Bahkan, rencananya tahun depan akan hadir koala sebagai tambahan koleksi spesial. Untuk pengalaman yang lebih mendebarkan, Anda *Carnivore Feeding Adventure*, sebuah aktivitas memberi makan hewan pemakan daging seperti harimau atau singa dalam suasana yang aman namun mendebarkan.. Dengan adanya berbagai macam spesies ini, ketiga lokasi safari tersebut menawarkan pengalaman edukatif sekaligus rekreasi yang mendekatkan pengunjung dengan alam liar (SafariPrigen, 2025).

Kehadiran ketiga Taman Safari, yakni Taman Safari Bogor, Bali Safari, dan Taman Safari Prigen di Jawa Timur, memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk menikmati wisata edukatif sekaligus rekreasi dengan berinteraksi langsung bersama berbagai satwa eksotis. Selain itu, melalui media sosial seperti Instagram, ketiga destinasi ini juga aktif mempromosikan keunikannya kepada calon pengunjung.

**Tabel 1. 1 Data Safari di Indonesia**

<b>Instagram</b>	<b>Jumlah Follower</b>	<b>Jumlah Unggahan</b>
Safari Bogor	365 Ribu Pengikut	1289 Unggahan
Safari Bali	105 Ribu Pengikut	372 Unggahan
Safari Prigen Jawa Timur	126 Ribu Pengikut	765 Unggahan

Tabel 1.1 menunjukkan data mengenai jumlah pengikut dan unggahan di Instagram dari tiga lokasi Taman Safari di Indonesia. Taman Safari Bogor memiliki jumlah pengikut terbanyak, yaitu 365 ribu, dengan 1.289 unggahan, mencerminkan popularitasnya sebagai destinasi wisata utama. Bali Safari memiliki 105 ribu pengikut dan 372 unggahan, menunjukkan daya tariknya di kalangan wisatawan, terutama di wilayah Bali. Sementara itu, Taman Safari Prigen di Jawa Timur memiliki 126 ribu pengikut dengan 765 unggahan, menempatkannya di posisi menengah dalam hal keterlibatan digital. Data ini mengindikasikan bahwa masing-masing lokasi memiliki tingkat eksposur dan interaksi yang berbeda di media sosial.

Berdasarkan, (Oktavia, 2024) Taman Safari Indonesia berada di urutan ke-14 dalam daftar rekomendasi tempat wisata di Bogor yang disusun oleh Tokopedia. Namun, dalam beberapa sumber lain, Taman Safari Indonesia sering kali menempati peringkat yang lebih tinggi. Misalnya, dalam artikel "26 Tempat Wisata di Bogor untuk Liburan yang Mengesankan", Taman Safari Indonesia disebutkan di urutan kedua (Nurjanah, 2023).

Dari uraian diatas urgensi yang terdapat yakni konteks perkembangan industri pariwisata di era digital. Pertama, media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi alat pemasaran yang sangat efektif bagi pelaku industri pariwisata untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun citra positif destinasi wisata. Dengan jumlah pengikut sebesar 365 ribu dan 1.289 unggahan pada akun resmi

Taman Safari Bogor, Instagram menjadi salah satu platform utama yang digunakan untuk menarik minat wisatawan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana konten visual dan interaksi di Instagram dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut.

Kedua, Taman Safari Bogor merupakan salah satu destinasi wisata edukatif dan rekreasi yang populer di Indonesia, menawarkan pengalaman unik berupa interaksi langsung dengan satwa liar dalam lingkungan mendekati habitat aslinya. Dengan meningkatnya persaingan antardestinas wisata, optimalisasi strategi pemasaran melalui media sosial menjadi kunci untuk mempertahankan daya tarik dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Penelitian ini akan memberikan wawasan baru tentang bagaimana estetika visual, ulasan pengunjung, serta interaksi di platform Instagram dapat membentuk persepsi positif dan meningkatkan minat berkunjung.

Ketiga, urgensi penelitian ini juga didukung oleh peran media sosial dalam meningkatkan *brand awareness* dan memperluas jangkauan pemasaran, terutama di kalangan generasi muda yang dominan menggunakan Instagram. Dengan semakin mudahnya akses internet dan popularitas platform digital, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku industri pariwisata, termasuk Taman Safari Bogor, untuk mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai alat promosi yang efektif. Hal ini juga relevan bagi akademisi dan masyarakat umum dalam memahami dinamika hubungan antara media sosial dan industri pariwisata di era digital.



Dengan demikian, urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk mengidentifikasi sejauh mana media sosial Instagram dapat memengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Taman Safari Bogor, serta memberikan kontribusi praktis dan teoretis dalam pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aji dan Andadari (2021, p. 54) ditemukan bahwa media sosial Instagram dan *website* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjung wisatawan. Hasil penelitian Rabbani *et al.*, (2024, 254) ini menunjukkan bahwa variabel media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung, yang berarti dapat disimpulkan bahwa peran media sosial Instagram Disbudpar sangat besar dalam meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata di Kota Tangerang. Hal ini menegaskan pentingnya pemanfaatan *platform* digital seperti Instagram sebagai alat promosi efektif dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah.

Berdasarkan kedua penelitian di atas terdapat gap penelitian antara yakni dapat ditemukan dalam fokus lokasi, konteks promosi, dan variabel spesifik yang diteliti. Penelitian sebelumnya lebih menitikberatkan pada pengaruh media sosial Instagram terhadap minat kunjung wisatawan di destinasi Kota Tangerang secara umum, sedangkan penelitian ini mempersempit ruang lingkup pada objek wisata tunggal, yaitu Taman Safari Bogor. Selain itu, penelitian ini memiliki peluang untuk menggali lebih dalam strategi konten kreatif atau interaksi audiens di Instagram yang mungkin belum dieksplorasi secara mendalam oleh penelitian

sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi memberikan kontribusi baru dalam memahami hubungan antara media sosial Instagram dan minat berkunjung wisatawan dengan pendekatan yang lebih spesifik dan kontekstual.

Penelitian ini secara khusus memfokuskan pada Taman Safari Bogor sebagai objek studi utama, dengan tujuan untuk menggali lebih dalam pengaruh media sosial Instagram terhadap minat berkunjung wisatawan. Meskipun terdapat taman safari lainnya di Indonesia, seperti Bali Safari dan Taman Safari Prigen, Taman Safari Bogor memiliki keunggulan tersendiri yang dapat menjadi pembeda signifikan. Dibandingkan dengan kedua lokasi tersebut, Taman Safari Bogor memiliki jumlah pengikut Instagram tertinggi, yaitu 365 ribu pengikut, serta total unggahan mencapai 1.289 postingan, yang menunjukkan eksposur digital yang jauh lebih besar (Tabel 1.1). Selain itu, Taman Safari Bogor menawarkan berbagai zona satwa yang unik dan edukatif, seperti Kubah Burung, Pulau Komodo, Baby Zoo, hingga Bahtera Penguin, yang menjadi daya tarik kuat bagi calon pengunjung. Keunggulan ini tidak hanya tercermin dari popularitasnya di platform digital tetapi juga dari keragaman fasilitas dan pengalaman interaktif yang ditawarkan kepada pengunjung. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan wawasan baru dengan menyoroti bagaimana strategi konten Instagram Taman Safari Bogor dapat dioptimalkan untuk meningkatkan minat kunjungan, sekaligus membandingkannya dengan potensi serupa yang dimiliki oleh taman safari lainnya di Indonesia.

Berdasarkan fenomena tersebut, muncul pertanyaan tentang sejauh mana pengaruh media sosial Instagram terhadap minat berkunjung wisatawan ke Taman Safari Bogor. Apakah konten visual yang dibagikan di Instagram mampu

memengaruhi keputusan seseorang untuk mengunjungi tempat tersebut? Bagaimana peran estetika visual, ulasan pengunjung, serta interaksi di platform tersebut dalam membentuk persepsi positif terhadap destinasi wisata? Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi relevan untuk diteliti, mengingat semakin besarnya peran media sosial dalam memengaruhi perilaku konsumen, termasuk dalam hal pemilihan destinasi wisata.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana Instagram, sebagai salah satu *platform* media sosial yang dominan, dapat memengaruhi minat berkunjung wisatawan ke Taman Safari Bogor. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi para pelaku industri pariwisata, khususnya Taman Safari Bogor, dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi masyarakat umum dan akademisi dalam memahami dinamika hubungan antara media sosial dan industri pariwisata di era digital

Berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik mengambil judul **“Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Taman Safari Bogor Indonesia”**

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh peran media sosial dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh peran media sosial instagram terhadap peningkatan minat berkunjung wisatawan?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat dirumuskan beberapa tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh sosial media instagram terhadap peningkatan minat berkunjung wisatawan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat penelitian sebagai berikut :

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengembangan studi manajemen pemasaran dalam strategi promosi pariwisata, serta menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk menentukan kebijakan yang tepat dalam melakukan promosi, serta memberi wawasan mengenai strategi promosi bagi pembaca umum.