

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini persaingan dalam dunia promosi semakin sengit. Oleh karena itu untuk dapat bersaing dalam dunia promosi kita dituntut untuk selalu inovatif dalam menciptakan media untuk dipromosikan. Maka banyak bermunculan cara-cara promosi dalam berbagai media. Seperti contoh promosi melalui internet.

Dalam dunia internet, ada banyak jenis promosi, seperti promosi melalui media sosial (*social media promotion*) yaitu *fans page* dari Facebook, Twitter, Instagram dan lain-lain, promosi melalui Google Search Engine yaitu dengan meningkatkan jumlah view pengunjung google melalui media-media seperti foto dan video, promosi melalui website yaitu dengan menambahkan media-media seperti foto dan video sebagai bahan promosi.

Biasanya orang yang ingin mencari hotel pasti ingin melihat bentuk dan fasilitas yang ada pada hotel dengan jelas tidak harus mengunjungi hotel terlebih dahulu. Hotel Neo Malioboro memiliki 154 kamar yang tersedia dan rata-rata terisi 100-150 kamar. Disini penulis ingin meningkatkan kualitas promosinya dengan menggunakan foto 360 derajat sebagai media promosi. Agar calon pemesan dapat melihat ruangan dan fasilitas seperti nyata.

Foto 360 derajat merupakan salah satu media inovatif untuk melakukan promosi karena dengan foto 360 derajat dan tur virtual dapat menimbulkan

ketertarikan dua kali lebih banyak. Rata-rata 41% dari penelusuran tempat menghasilkan kunjungan kelokasi. Foto 360 derajat dengan bantuan *google stree view* merupakan teknologi yang sangat cocok digunakan untuk meningkatkan kualitas promosi. [1]

Dalam hal ini penulis menjadikan Hotel Neo Malioboro sebagai objek penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh foto 360 derajat terhadap promosi dari pada Hotel Neo Malioboro.

Oleh sebab itu, penulis mencoba untuk mengimplementasikan permasalahan dengan melakukan suatu penelitian dengan judul “Implementasi Pemanfaatan Foto 360 Derajat Sebagai Media Promosi Pada Hotel Neo Malioboro”. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi media promosi yang dapat meningkatkan kualitas promosi hotel.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perlu dirumuskan suatu masalah yang akan diselesaikan yaitu bagaimana media promosi foto 360 derajat dapat meningkatkan jumlah pengunjung Hotel Neo Malioboro. Disini penulis ingin meningkatkan jumlah pengunjung dengan media promosi foto 360 derajat.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini, dibatasi ruang lingkup yang lebih sempit yaitu:

1. Media promosi ini dilakukan pada Hotel Neo Malioboro

2. Media promosi ini dilakukan pada google untuk meningkatkan jumlah view pengunjung pada media promosi foto 360 derajat di google.
3. Menambahkan menu galeri foto 360 derajat pada website yang penulis buat sebagai contoh.
4. Promosi ini menggunakan kamera LG 360 Cam R105 dengan bantuan Google Street View.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam melakukan promosi yaitu:

1. Membantu meningkatkan kualitas promosi hotel.
2. Sebagai syarat kelulusan Strata 1 (S1) pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
3. Menerapkan ilmu teori dan praktik yang telah didapat selama menempuh pendidikan di UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.
4. Memenuhi persyaratan kurikulum bagi jenjang Strata-1 UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

1. Menambah pengetahuan tentang media promosi yang menawarkan suatu objek melalui internet.
2. Dapat melakukan penyusunan skripsi pada program S1 Teknik Informatika Universitas Amikom Yogyakarta.

1.5.2 Manfaat Bagi Hotel Neo Malioboro

1. Mengurangi biaya promosi.
2. Tidak terbatas dengan waktu karena bisa diakses 24 jam oleh orang-orang.
3. Menjangkau konsumen yang lebih luas, bahkan sampai kemana-negera.
4. Memberikan nilai lebih dalam menghadapi persaingan.
5. Meningkatkan kualitas promosi hotel.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan dan sesuai dengan tujuan, maka dalam melakukan pengumpulan data dibantu oleh pihak hotel yang terkait dalam bidang promosi. Setelah data sudah terkumpul maka penulis langsung melakukan pengambilan gambar sesuai dengan data. Metode penelitian yang digunakan dalam mempromosikan hotel yaitu:

1.6.1 Tahap Pengumpulan Data

1. Metode Wawancara

Peneliti melakukan wawancara tanya jawab langsung kepada *General Manager* Hotel Neo Malioboro berdasarkan pada tujuan penelitian yaitu untuk mengumpulkan informasi yang lengkap.

2. Metode Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung yang dilakukan oleh penulis yaitu mengamati seluruh media promosi yang dilakukan hotel melalui internet.

1.6.2 Metode Analisis SWOT

Analisis SWOT dengan perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats).

1.6.3 Metode Implementasi

Tahap ini merupakan tahapan penerapan promosi. Yang dimana hasil gambar 360 derajat akan diterapkan pada Google Street View dan Web galeri foto 360 derajat

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika laporan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti menjelaskan perihal yang melatar-belakangi penelitian, merumuskan masalah-masalah yang akan diteliti, menentukan batasan-batasan penelitian, menentukan tujuan dari penelitian, menjelaskan manfaat dari penelitian, menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan, dan merumuskan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini peneliti menjelaskan teori-teori yang menjadi landasan dalam analisis dan pengembangan promosi, referensi yang menjadi rujukan, definisi-definisi atau model yang berkaitan langsung dengan masalah yang diteliti, dan tentang alat-alat yang digunakan untuk keperluan penelitian

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang analisis alat dan bahan yang digunakan dan proses kerja dengan menggunakan alat dan software dari google.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini digunakan peneliti untuk memaparkan hasil-hasil dari tahapan penelitian mulai dari tahapan pembuatan, pengeditan, dan implementasi hasil dari penelitian. Pemaparan hasil penelitian berupa penjelasan teoritik baik secara kualitatif, kuantitatif, maupun statistik.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini peneliti menjabarkan kesimpulan dan saran. Tahapan kesimpulan adalah menyelesaikan masalah dalam penelitian dan bukti-bukti yang dihasilkan dan akhirnya menarik kesimpulan. Tahapan saran adalah manifestasi terhadap permasalahan yang diteliti.