

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial telah menjadi saluran komunikasi yang penting. Pengguna tidak hanya menggunakan media sosial sebagai media untuk berkomunikasi satu sama lain, tapi juga digunakan sebagai alat untuk memasarkan produk. Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi produk dapat membantu dalam menjangkau target pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. *Instagram* dan *Whatsapp* adalah media sosial yang sering di gunakan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan produknya.

Instagram adalah sebuah aplikasi yang memiliki berbagai fitur menarik dan memudahkan pelaku usaha dalam mempromosikan produknya. Media sosial *Instagram* dapat berbagi foto maupun video dengan menerapkan filter digital serta memberikan caption sesuai keinginan pengguna nya. media sosial *Instagram* juga memiliki beberapa jenis iklan yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha dalam mempromosikan produk dan jasa yang mereka miliki.

Whatsapp dapat di manfaatkan sebagai media promosi. Untuk melakukan promosi produk pada aplikasi media sosial *WhatsApp*, dapat memanfaatkan beberapa fitur yang ada di dalam aplikasi antara lain menggunakan *whatsapp story*, *whatsapp group*, dan pengiriman pesan secara langsung kepada sesama pengguna. Aplikasi *whatsapp* yang paling di sarankan dalam mempromosikan produk adalah *whatsapp* bisnis karena memiliki fitur yang mendukung bisnis seperti adanya *customer support*.

Media sosial *Instagram* dan *Whatsapp* sering di gunakan sebagai media promosi di berbagai industri, misalnya *Home industry*. *Home industry* merupakan suatu unit usaha atau perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. *Home industry* biasanya hanya menjadikan satu sampai dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan sekaligus pemasara secara

bersamaan. Modal usaha dan jumlah tenaga pada *home industry* dapat di bilang lebih sedikit jika di bandingkan dengan perusahaan besar pada umumnya.

Terdapat salah satu *home industry* yang ada di daerah Padangan Kabupaten Bojonegoro yaitu *AW Cake and Bakery*. *AW Cake and Bakery* bergerak di sektor *Home made products* yaitu *Dessert*. *Dessert* sangat digemari oleh masyarakat dari semua kalangan baik tua maupun anak-anak di daerah Padangan, Kabupaten Bojonegoro. *Dessert* merujuk pada hidangan yang manis dan terbuat dari adonan yang kaya protein karena terkomposisi dari banyak telur dan susu. *AW Cake and bakery* berdiri sejak awal bulan Desember tahun 2014 hingga saat ini tahun 2024 masih beroperasi yang didirikan oleh Avip Willys. Usaha tersebut diberi nama *AW Cake and Bakery*, diambil dari singkatan nama Avip Willys yaitu AW.

Kegagalan yang di hadapi oleh *AW Cake and Bakery* pada akhir bulan Desember 2014 adalah menurunnya jumlah pembelian yang di akibatkan oleh persaingan yang ketat dengan industry yang sama yaitu Toko Roti MC Hal ini di sebabkan karena Toko Roti RMC berdiri lebih lama di bandingkan dengan *AW Cake and Bakery* yaitu berdiri pada tahun 2010 sehingga masyarakat daerah Padangan, Kabupaten Bojonegoro lebih mengenal dan mempercayai Toko Roti RMC jika di bandingkan dengan *AW Cake And Bakery*. Penjualan yang tidak stabil di akibatkan karena persaingan terjadi selama 8 tahun yaitu dari akhir bulan Desember 2014 hingga Awal bulan Januari 2023.

Upaya yang di lakukan oleh pemilik usaha *AW Cake and Bakery* dalam mengatasi persaingan pada akhir bulan Desember tahun 2014 adalah membuat banner untuk di pasang di depan toko serta memberikan diskon, akan tetapi tidak membuahkan hasil yang memuaskan. Upaya kedua yang di lakukan oleh pemilik usaha *AW Cake and Bakery* menggunakan cara lain untuk mempromosikan produknya yaitu dengan menggunakan media sosial *instagram* dan *whatsapp* milik pribadinya. Pertama kali yang di lakukan oleh pemilik usaha *AW Cake and Bakery* dalam melakukan promosi adalah dengan menggunakan *instastory* untuk memposting deskripsi bisnisnya yaitu mencakup nama bisnis, jenis produk serta nomor telepon yang di gunakan untuk membuat akun *whatsapp*. Karena media

sosial Instagram nya di kunjungi oleh banyak pengguna, maka banyak yang mengetahui produk dan tertarik untuk membeli produk *AW Cake and Bakery*. pada saat itu, banyak para calon pelanggan menghubungi nomor *Whatsapp* yang tertera pada *instastory* untuk melakukan pemesanan. Mengetahui hal tersebut, pemilik usaha *AW Cake and Bakery* rutin untuk mempromosikan produknya melalui Media Sosial *Instagram* dan *Whatsapp* hingga saat ini. Bisnis *AW Cake and Bakery* tetap beroperasi meskipun penjualannya tidak stabil.

Masalah kedua yang di alami oleh *home industry AW Cake and Bakery* adalah penurunan penjualan yang drastis pada awal bulan Desember 2022 hingga awal bulan Januari 2023 yang di akibatkan adanya pemalsuan produk. Pemalsuan produk di lakukan oleh pihak dari luar perusahaan yaitu pihak dari pesaing yang memiliki industry yang sama. Pemalsuan produk yang di lakukan adalah dengan mengedarkan produk dengan kualitas yang buruk namun mengenakan kemasan yang serupa dengan milik *AW Cake and Bakery*. Hal tersebut di lakukan oleh pihak pesaing karena merasa *AW Cake and Bakery* adalah saingan yang berat sejak melakukan promosi menggunakan media sosial dari akhir bulan Desember 2014. Masalah tersebut menyebabkan *AW Cake and Bakery* menerima banyak complain dari pelanggan serta merusak kepercayaan pelanggan kepada produk yang telah di ciptakan nya.

Pihak dari *AW Cake and Bakery* melakukan perencanaan komunikasi untuk mengatasi kedua masalah yang di hadapi oleh *Home Industry AW Cake and Bakery*. Antara lain melakukan penelitian untuk mengetahui penyebab masalah, membuat perencanaan untuk menyelesaikan masalah beserta pelaksanaan nya, mengukur hasil akhir dari pelaksanaan, serta membuat laporan terkait hasil.

Berdasarkan uraian di atas penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian tentang perencanaan komunikasi yang di lakukan oleh pihak *home industry AW Cake and Bakery* yang telah berkembang di Padangan Kabupaten Bojonegoro. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perencanaan Komunikasi Pemasaran *AW Cake And Bakery* Melalui Sosial Media”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana perencanaan komunikasi yang di lakukan oleh pemilik usaha *AW Cake and Bakery* melalui Media Sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang ada, Tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mendeskripsikan perencanaan komunikasi yang di lakukan oleh pemilik usaha *AW Cake and Bakery* melalui Media Sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara Teoritis :

- a. Untuk menganalisis antara teori yang ada dengan fakta yang berada di lapangan.
- b. Hasil dari penelitian ini dapat di gunakan sebagai acuan pada bidang penelitian yang sejenis.

Secara Praktis :

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dalam pengaplikasian pengetahuan teoritik dalam masalah praktis.

- b. Bagi Perusahaan *AW Cake and Bakery*

Penelitian ini dapat membantu *AW Cake and Bakery* mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk mengatasi masalah pemalsuan produk yang merusak reputasi dan kepercayaan pelanggan.

c. Bagi Lembaga-lembaga yang terkait

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti untuk berbagai pihak sebagai bahan tambahan informasi bagi para peneliti lanjutan.