

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet merupakan jaringan yang dapat menghubungkan satu orang dengan orang lain tanpa memperhatikan batas, jarak dan waktu. Melalui internet ini tidak hanya melibatkan satu dua orang saja, namun melalui internet dapat melibatkan jutaan manusia di seluruh dunia. Penggunaan internet di Indonesia memiliki peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2023, berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Sebelumnya jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 210,3 juta pengguna.

Dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia, banyak masyarakat yang memanfaatkannya sebagai media untuk memperoleh informasi. Media yang banyak digunakan masyarakat adalah media sosial. Media sosial sendiri merupakan sebuah media online yang dimana para penggunanya dapat dengan mudah bertukar informasi. Dengan media sosial ini juga banyak dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai media promosi pemasaran, karena melalui media sosial ini seseorang dapat melakukan promosi mengenai produknya tanpa memerlukan biaya seperti promosi yang dilakukan pada umumnya melalui media cetak. Media sosial mempunyai beragam jenis namun yang sering digunakan oleh sebagian besar orang adalah instagram, facebook, dan tiktok.

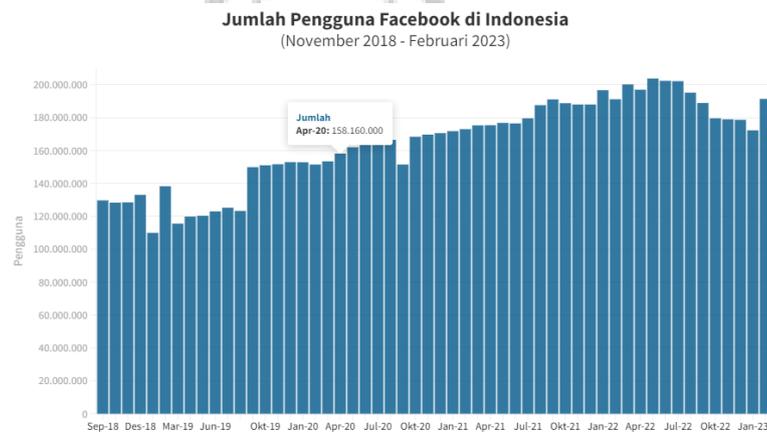
Facebook merupakan media sosial yang mana penggunanya bisa aktif dalam berbagi informasi dari seluruh dunia. Informasi yang dibagikan dapat berupa gambar, video, maupun berupa teks (status). Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg pada bulan Februari 2014. Pada awal peluncuran facebook banyak menyita perhatian publik, dengan kepopulerannya facebook digunakan oleh masyarakat sebagai media dalam memperoleh informasi. Selain itu, facebook juga banyak digunakan masyarakat untuk melakukan promosi pemasaran mengenai bisnisnya.

Sejak awal kemunculannya facebook mengalami peningkatan pengguna, serta pada tahun tertentu facebook juga sempat mengalami penurunan pengguna. Namun pada tahun 2023 facebook memiliki peningkatan pengguna dibanding tahun sebelumnya.

Berdasarkan data Napoleon Cat pengguna facebook indonesia tahun 2023

Gambar 1. 1

Data pengguna facebook Indonesia



Sumber : Napoleon Cat

Jumlah penggunaan media sosial facebook di Indonesia meningkat 11,9% dibanding dengan bulan sebelumnya. Hingga Februari 2023 ini tercatat sebanyak 191,4 juta pengguna facebook di Indonesia. Menurut rentan usianya, 31,9% pengguna Facebook di Indonesia berada pada golongan usia 18-24 tahun. Adapun sejumlah 30,5% pengguna media sosial tersebut dari golongan usia 25-34 tahun. Lalu sejumlah 16,9% pengguna Facebook di Indonesia dari golongan usia 35-44 tahun. Selanjutnya, 9,8% pengguna Facebook di Indonesia berada pada golongan usia 13-17 tahun. Sementara itu, persentase pengguna Facebook di Indonesia berada pada golongan usia 45-54 tahun tercatat sejumlah 6,9%. selebihnya berada pada golongan umur 55 tahun dan selebihnya. Dari hal itu dapat disimpulkan bahwa pengguna facebook didominasi oleh generasi z.

Generasi z atau dikenal juga dengan i-generation merupakan generasi kelahiran 1995-2012. Gen z ini memiliki berbagai macam karakteristik salah satunya adalah mereka merupakan generasi digital yang mahir akan teknologi, Dengan perkembangan teknologi ini Gen z mampu memanfaatkan dalam kehidupan sehari - hari. Mereka dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi yang mereka butuhkan untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan kelompok, selain itu, Gen z juga memiliki karakteristik yang Fomo (Fear Of Missing Out) yang dimana mereka takut merasa tertinggal karena tidak mengikuti aktivitas tertentu sehingga mereka selalu update akan hal hal yang sedang trend.

Dengan kepopulerannya facebook banyak dimanfaatkan sebagai media dalam memperoleh informasi serta media dalam melakukan promosi produk. Selain itu facebook juga banyak di manfaatkan oleh seorang pebisnis sebagai media dalam berkomunikasi dengan pelanggannya. Adanya media sosial facebook dapat memudahkan semua orang termasuk gen z dalam memperoleh informasi salah satunya informasi mengenai FnB (Food and Beverage). Melalui facebook seseorang dapat dengan mudah menemukan berbagai macam informasi, salah satunya informasi mengenai kebutuhan makanan. Melalui facebook seseorang dapat dengan mudah memilih jenis makanan yang mereka butuhkan. Salah satu produk makanan yang sering dicari oleh seseorang adalah makanan yang sedang trend pada kalangannya.

Ada banyak jenis olahan makanan, mulai dari makanan berat hingga makanan ringan (cemilan). Banyaknya olahan makanan tersebut membuat sebagian orang lebih memilih untuk membeli produk makanan dibandingkan dengan membuat sendiri. Makanan-makanan yang akan dibeli tentu tidak sembarangan, akan tetapi menyesuaikan dengan kebutuhannya serta melihat jenis produk hingga pada peminat dari produk tersebut. Karena ketika produk tersebut memiliki peminat yang banyak maka tidak diragukan lagi kualitas dari produk tersebut.

Banyaknya peminat dalam bidang FnB (Food and Beverage), Pawoncah membangun usaha dengan menjual berbagai olahan makanan mulai dari makanan berat seperti nasi paru, olahan mie dan lainnya. Selain itu Pawoncah juga menjual berbagai cemilan yang sedang trend di kalangannya seperti Singkong Butter, Donat, Lumpia, dan banyak lainnya. Pawoncah merupakan online shop yang menjual olahan makanan di Desa Darek Lombok Tengah. Pawoncah memulai usahanya dengan memanfaatkan facebook sebagai media komunikasi pemasarannya pada tahun 2019. Pada awal melakukan promosi melalui facebook Pawoncah mendapatkan respon yang baik dari pelanggannya. Seiring berjalannya waktu, pada 2020 Indonesia mengalami wabah covid 19 yang dimana mengharuskan masyarakat untuk membatasi diri keluar rumah bertemu dengan orang banyak. Dari hal itu sehingga banyak bermunculan juga online shop yang menjual olahan makanan seperti Pawoncah. Dengan kemunculan kompetitor tersebut membuat Pawoncah bersaing untuk menjalankan kegiatan promosi pemasarannya melalui facebook dan membuat Pawoncah mampu bertahan sampai sekarang.

Pawoncah menggunakan media sosial facebook sebagai media promosi pemasaran produknya. Berdasarkan hasil wawancara dengan owner Pawoncah (01/04/23) bahwa Pawoncah mengkhususkan promosi mengenai produknya melalui facebook, dengan target audience yang disasar adalah anak muda dengan usia 16-25 tahun. Dengan melakukan promosi melalui facebook diharapkan Pawoncah dapat dikenal lebih luas lagi dengan produk yang ia tawarkan, bukan hanya di daerahnya saja namun juga agar dapat dikenal di luar daerahnya.

Meskipun dengan banyaknya kompetitor yang bermunculan, namun Pawoncah terus menarik perhatian pelanggannya dilihat dari beberapa postingan pada akun facebooknya. Setiap hari tidak sedikit menu yang Pawoncah berhasil jual melalui akun facebooknya. Selain itu, pada akun facebooknya Pawoncah terus mengalami peningkatan followers. Saat ini followers pada akun facebook Pawoncah mencapai 5rb followers.

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner Pawoncah (01/04/23) Penjualan produk Pawoncah mengalami pasang surut. Penjualan produk dapat meningkat ketika Pawoncah melakukan promosi melalui akun facebooknya dengan mengupload postingan sebanyak 6 sampai dengan 9 postingan setiap harinya. Dengan hal tersebut mampu menjual sebanyak kurang lebih 500 menu setiap Bulannya. Selain itu, penjualan dapat meningkat lebih banyak lagi ketika Pawoncah melakukan promosi melalui facebook di sertai dengan menghadirkan menu baru pada setiap minggunya. terbukti pada Bulan Ramadhan penjualan Pawoncah mencapai 1000 produk per bulan. Namun, penjualan Pawoncah dapat menurun ketika Pawoncah jarang melakukan promosi melalui akun facebooknya. Terdapat kurang lebih 300 menu yang berhasil terjual ketika Pawoncah tidak melakukan promosi pada akun facebooknya.

Dari penjelasan diatas, terdapat perbedaan penjualan, ketika Pawoncah melakukan promosi dengan jarang melakukan promosi melalui facebook. Ketika Pawoncah rutin melakukan promosi melalui facebook setiap hari maka penjualannya dapat meningkat. Sedangkan ketika Pawoncah jarang melakukan promosi melalui akun facebooknya maka penjualannya dapat menurun. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai “Efektivitas Penggunaan Facebook Sebagai Media Promosi Pemasaran Bisnis Online Pada Generasi Z melalui akun facebook Pawoncah”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang di atas maka dapat dirumuskan suatu masalah, yaitu” Bagaimana efektivitas penggunaan facebook jika digunakan sebagai media promosi pemasaran bisnis online pada generasi Z melalui akun facebook Pawoncah?”

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan Rumusan Masalah yang telah dipaparkan di atas maka Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan efektivitas penggunaan facebook sebagai media promosi pemasaran bisnis online pada generasi Z melalui akun facebook Pawoncah.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penulisan skripsi ini adalah :

a. **Secara Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan serta dapat dijadikan referensi kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menyelesaikan tugas akhir khususnya yang berkaitan dengan pemasaran bisnis online.

b. **Secara Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta masukan bagi para pemasar bisnis online melalui media facebook agar lebih kreatif serta inovatif dalam mengembangkan bisnisnya.