

ABSTRAK

ROSA CITRA LESTARI 2021, ANALISIS KOMUNIKASI BISNIS MELALUI MEDIA SOSIAL FADHILA AQIQAH DALAM MEMASARKAN PRODUK : Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi

Pada setiap bulannya omset Fadhila Aqiqah mengalami naik turun. Hal ini disampaikan oleh karyawan Fadhila Aqiqah, sulitnya menarik pelanggan baru dari luar Kota Tasikmalaya menjadi faktor utama, yang disebabkan karena jarak jauh dan dikenakan biaya ongkos kirim, persepsi masyarakat mengenai produk Fadhila Aqiqah kurang diterima dengan baik. Dalam suatu bisnis, komunikasi merupakan faktor yang sangat penting bagi pencapaian tujuan suatu bisnis. Pada saat melakukan komunikasi akan menghasilkan pesan, mengalihkan pesan dan menerima pesan. Untuk mencapai usaha dalam berkomunikasi secara efektif, maka harus mengetahui sejumlah pemahaman dan persoalan yang terjadi dalam proses berkomunikasi itu sendiri. Maka dari itu peneliti perlu menganalisis komunikasi yang dilakukan oleh Fadhila Aqiqah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data-data yang dikumpulkan melalui data primer yaitu data yang didapat langsung dari sumbernya dan data sekunder yaitu data yang dikumpulkan dengan menggunakan sumber data tambahan yaitu dokumen baik dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis sebagai pendukung untuk penguat data. Adapun instrumen penelitian yang digunakan peneliti itu sendiri sebagai instrumen utamanya dan pedoman wawancara.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa komunikasi bisnis Fadhila Aqiqah yaitu membangun *costumer relationship* dengan selalu mengatasi keluhan dan umpan balik negatif. Karena dengan mengatasi keluhan pelanggan Fadhila Aqiqah dapat mengubah pengalaman pelanggan yang sebelumnya negatif menjadi lebih baik lagi. Kemudian proses komunikasi bisnis Fadhila Aqiqah yaitu mengidentifikasi audiens sasaran Fadhila Aqiqah dengan menentukan sasaran dengan memilih kelas sosial menengah ke atas. Merancang pesan, memilih saluran komunikasi, menyusun anggaran, menentukan strategi komunikasi dan mengumpulkan umpan balik. Maka dari itu perusahaan harus melakukan pendekatan kepada masyarakat agar mengurangi persepsi yang telah disampaikan tersebut, selebihnya kegiatan komunikasi lainnya dapat berjalan dengan baik. Adapun kegiatan yang harus diperhatikan, diperbaiki dan diprioritaskan pada pelaksanaannya.

Kata Kunci : Komunikasi Bisnis Melalui Media Sosial Dalam Memasarkan Produk.

ABSTRACT

ROSA CITRA LESTARI 2021, ANALYSIS OF BUSINESS COMMUNICATION THROUGH SOCIAL MEDIA FADHILA AQIQAH IN MARKETING PRODUCT : Sharia Economics Study Program, Faculty of Islam, Siliwangi University

Every month, Fadhila Aqiqah's turnover goes up and down. This was conveyed by Fadhila Aqiqah's employee, the difficulty of attracting new customers from outside the City of Tasikmalaya was the main factor, due to long distances and postage fees, public perception of Fadhila Aqiqah products was not well received. In a business, communication is a very important factor for achieving the goals of a business. At the time of communication will generate messages, transfer messages and receive messages. To achieve an effort to communicate effectively, it is necessary to know a number of understandings and problems that occur in the communication process itself. Therefore, researchers need to analyze the communication made by Fadhila Aqiqah.

The research method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach. The data collected through primary data, namely data obtained directly from the source and secondary data, namely data collected using additional data sources, namely documents both in written and unwritten form as support for data reinforcement. The research instrument used by the researcher itself was the main instrument and interview guide.

Based on the results of research that Fadhila Aqiqah's business communication is building a customer relationship by always overcoming complaints and negative feedback. Because by addressing customer complaints, Fadhila Aqiqah can change the previously negative customer experience for the better. Then Fadhila Aqiqah's business communication process is to identify Fadhila Aqiqah's target audience by determining the target by choosing the middle to upper social class. Design messages, select communication channels, prepare budgets, define communication strategies and collect feedback. Therefore the company must approach the community in order to reduce the perception that has been conveyed, the rest of the other communication activities can run well. The activities that must be considered, improved and prioritized in their implementation

Keywords: Business Communication through Social Media in Marketing Products.