

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pengelolaan layanan jasa di era digital menjadikan komunikasi sebagai aspek paling penting dalam mempertahankan mutu layanan dan menumbuhkan kepercayaan dari pelanggan. Hal ini sangat berkaitan dengan bisnis lokal yang aktivitasnya sangat tergantung pada interaksi langsung dengan konsumen. Masterno Ponorogo adalah pelopor penyedia jasa lokal di Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur, yang menyediakan berbagai layanan untuk memenuhi kebutuhan mobilitas dan aktivitas masyarakat. Layanan tersebut mencakup jasa ojek, pengiriman barang dan dokumen, layanan pengantaran makanan dan belanja, sewa mobil dengan sopir, hingga layanan travel dari Ponorogo ke Surabaya, dan beragam kebutuhan lainnya. Masterno adalah penyedia multi-service yang sangat bergantung pada kecepatan, kejelasan, dan ketepatan dalam komunikasi. Hampir seluruh komunikasi yang dilakukan oleh layanan, mulai dari pemesanan, verifikasi, perubahan permintaan, hingga menangani masalah pelanggan, dilakukan melalui *platform WhatsApp Business*.

Masterno menghadapi berbagai tantangan dalam komunikasi digital yang terjadi pada kinerja layanan. Setiap hari terdapat beragam pesan dari pelanggan yang berisi permintaan layanan, pertanyaan terkait informasi, dan perubahan yang mendesak yang memerlukan pengelolaan komunikasi yang sistematis dan teratur. Jika tidak dikelola dengan baik, seperti pesan yang

tidak terbaca, tanggapan yang terlambat, atau kesalahpahaman terhadap kebutuhan pelanggan, maka kualitas layanan dapat terganggu dan berdampak pada menurunnya kepercayaan pelanggan menjadi lebih besar (Sari, 2025). Situasi ini menunjukkan perlunya Masterno untuk mengembangkan strategi komunikasi digital yang terstruktur dan konsisten, mencakup cara menyusun pesan, mengatur alur percakapan, dan menjamin pengiriman informasi layanan yang akurat. Dengan demikian, sangat krusial untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi digital dilaksanakan melalui *WhatsApp Business* sebagai *platform* utama dalam manajemen layanan yang ditawarkan oleh Masterno.

Fenomena penggunaan *WhatsApp* sebagai saluran utama layanan semakin relevan seiring dengan perkembangan digitalisasi di Indonesia. Menurut Reportal, (2025) 91,7% pengguna internet Indonesia menggunakan *WhatsApp* sebagai salah satu platform sosial media mereka yang paling disukai. Dengan dominasinya, *WhatsApp* menjadi media komunikasi utama bagi orang-orang untuk mengakses berbagai layanan, seperti transportasi, pengiriman barang, dan layanan harian lainnya. Hal ini terjadi di daerah seperti Ponorogo, yang belum sepenuhnya terintegrasi dengan platform berbasis aplikasi besar seperti yang banyak ditemukan di kota besar.

*WhatsApp* kemudian berkembang menjadi platform untuk bisnis. *WhatsApp Business* berfungsi sebagai alat krusial bagi penyedia layanan lokal karena memfasilitasi interaksi yang lebih cepat, personal, dan lebih

mudah diakses oleh pelanggan. Penggunaan *WhatsApp Business* sebagai alat pengelolaan layanan tidak selalu berjalan optimal. Fitur-fitur yang ditawarkan oleh *WhatsApp Business* seperti *quick replies*, pesan otomatis, katalog, dan label pelanggan memberikan kemudahan bagi penyedia jasa seperti Masterno untuk menyusun percakapan dengan lebih baik. Namun, tidak semua pelaku usaha dapat memaksimalkan fitur ini karena kurangnya strategi komunikasi digital yang tepat, rendahnya pemahaman teknis, dan terbatasnya kapasitas sumber daya manusia dalam menangani komunikasi berbasis chat secara efektif. Tantangan ini menunjukkan bahwa keberhasilan layanan digital bukan hanya bergantung pada teknologi yang digunakan, namun juga pada strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh penyedia layanan (Anjari et al., 2025).

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelaku usaha telah menggunakan *WhatsApp Business* untuk meningkatkan cara berkomunikasi mereka, namun fokus kajian ini masih terbatas dan belum mengupas aspek strategis dalam pengelolaan layanan secara mendalam. Alindri et al (2024) mengungkap bahwa *WhatsApp Business* dapat memperbaiki efisiensi komunikasi dan mengurangi kesalahan, tetapi penelitian ini lebih menitik beratkan pada penggunaan fitur teknis tanpa mengulas bagaimana strategi komunikasi digital disusun secara sistematis dalam operasional layanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Raba et al (2025) yang mengindikasikan bahwa *WhatsApp Business* dapat memberikan pengalaman layanan yang lebih responsif bagi

pelanggan UMKM, namun penelitian ini lebih berfokus pada sudut pandang pelanggan dan tidak membahas bagaimana penyedia layanan mengatur percakapan, merancang pesan layanan, atau menjaga konsistensi informasi sebagai bagian dari strategi komunikasi yang lebih keseluruhan. Kedua studi ini memberikan insight penting mengenai penggunaan *WhatsApp Business* dalam konteks UMKM, namun belum dapat secara menyeluruh menjelaskan bagaimana strategi komunikasi digital diterapkan dalam pengelolaan layanan berbasis chat yang memiliki frekuensi interaksi yang tinggi. Hal ini mengindikasikan adanya kekosongan atau celah dalam kajian yang perlu diisi melalui penelitian tentang strategi komunikasi digital Masterno Ponorogo dalam mengelola layanan melalui *WhatsApp Business*.

Dari beragam penelitian yang ada, tampak terdapat celah penelitian yang signifikan, yaitu kurangnya kajian khusus yang menggali bagaimana penyedia layanan lokal mengelola strategi komunikasi digital lewat *WhatsApp Business* dalam konteks pengelolaan jasa. Sebagian besar penelitian cenderung berfokus pada aspek pemasaran, promosi, atau pandangan pelanggan, bukan pada elemen manajemen komunikasi layanan yang bersifat operasional dan berorientasi pada hubungan jangka panjang antara penyedia layanan dan pelanggan. Selain itu, belum ada penelitian yang mengangkat *multi-service provider* seperti Masterno Ponorogo sebagai subjek analisis, meskipun karakteristik layanan dan interaksi pelanggan di penyedia jasa serbaguna ini jauh lebih kompleks dibandingkan dengan UMKM yang berbasis produk.

Untuk memahami cara pengelolaan komunikasi layanan secara strategis, penelitian ini mengacu pada teori *Public Relations* yang diperkenalkan oleh Cutlip, Center, dan Broom (CCB) sebagai dasar konseptual. Teori ini memiliki relevansi karena menyoroti pentingnya perencanaan, pengelolaan pesan, dan evaluasi komunikasi dalam menciptakan hubungan yang berkelanjutan antara organisasi dan masyarakat. Penekanan pada teori ini memberikan kerangka awal untuk menganalisis bagaimana Masterno menyusun jalur komunikasi, merancang pesan, dan mengelola interaksi melalui *WhatsApp Business* sebagai komponen dari strategi komunikasi digital.

Penelitian ini sangat penting untuk dilakukan, karena dapat memberikan wawasan yang menyeluruh tentang bagaimana Masterno Ponorogo merancang, menerapkan, dan mengelola strategi komunikasi digital dalam pengelolaan layanan jasanya melalui media *WhatsApp Business*. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu dalam area *Public Relations Digital*, terutama yang berkaitan dengan pengelolaan hubungan antara organisasi dan publik melalui media komunikasi berbasis chat. Di sisi praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi strategis bagi Masterno dan penyedia layanan serupa dalam memperkuat efektivitas layanan, serta memaksimalkan *WhatsApp Business* sebagai platform komunikasi layanan yang profesional dan berkelanjutan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut Bagaimana analisis strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Masterno Ponorogo dalam pengelolaan layanan jasa melalui *platform WhatsApp Business*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah maka Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Masterno Ponorogo dalam pengelolaan layanan jasa melalui *platform WhatsApp Business*.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi mahasiswa ke depannya dalam memahami praktik komunikasi digital dan strategi komunikasi layanan berbasis platform pesan instan, serta memberikan manfaat dan menambah wawasan dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah *Public Relation Digital* dan strategi komunikasi layanan lokal.

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi Masterno Ponorogo dan pelaku industri sejenis sebagai refrensi untuk menilai efektivitas strategi komunikasi digital, kualitas hubungan pelanggan, dan kualitas layanan secara keseluruhan. Bagi masyarakat

umum, penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk mengidentifikasi pola layanan komunikasi digital yang profesional, responsive, dan berkelanjutan.

