

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAPOER ONLINE MAMA ZASKIA DI DESA TELUK
NAYANG KABUPATEN ROKAN HILIR**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

ALFATU HASANAH
NIM. 11940323920

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Alfatu Hasanah
NIM : 11940323920
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Dapoer Online Mama Zaskia Di Desa Teluk Nayang Kabupaten Rokan Hilir

Telah dimunaqasyahkan pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 14 September 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana S.I.Kom Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 10 November 2023



Prof. Dr. Imron Rosidi, S. Pd., M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Artis, S.Ag, M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Penguji III

Firdaus El Hadi, M.Sos., Sc
NIP. 19761212 200312 1 004

Sekretaris/ Penguji II

Suardi, M.I.Kom
NIP. 19780912 201411 1 003

Penguji IV

Dr. Sudianto, M.I.Kom
NIP. 19801230 200604 1 001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DAPOER ONLINE MAMA ZASKIA DI DESA TELUK
NAYANG KABUPATEN ROKAN HILIR**

Disusun Oleh :

Alfatu Hasanah

NIM. 11940323920

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 26 Juli 2023

Pembimbing,



Yantos, M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 26 Juli 2023

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.
Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Alfiatu Hasanah
NIM : 11940323920
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Dapoer Online Mama Zaskia Di Desa Teluk Nayang Kabupaten Rokan Hilir

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing



Yantos, M. Si

NIP. 19710122 200701 1 016

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :
Nama : Alfatu Hasanah
NIM : 11940323920
Tempat/ Tgl. Lahir : Teluk Nayang, 26 Agustus 2001
Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

"Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Dapoer Online Mama Zaskia Di Desa Teluk Nayang Kabupaten Rokan Hilir"

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 22 November 2023
Yang membuat pernyataan



Alfatu Hasanah
NIM : 11940323920

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Alfatu Hasanah
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Dapoer Online Mama Zaskia Di Desa Teluk Nayang Kabupaten Rokan Hilir

Promosi mempunyai peranan penting dalam meningkatkan penjualan pada sebuah usaha bidang jasa tempahan dan katering yang di dirikan oleh Dapoer Online Mama Zaskia. Dalam melakukan promosi tentunya membutuhkan media untuk sampai kepada masyarakat. Dengan adanya penggunaan media inilah akan mempermudah langkah promosi untuk penjualan. Oleh karena itu Dapoer Online Mama Zaskia melakukan promosi penjualannya dengan menggunakan pemanfaatan pada media sosial yaitu media sosial Facebook. tujuan penelitian ini untuk mengkaji pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dapoer online mama zaskia di desa teluk nayang kabupaten rokan hilir. Memberikan manfaat kemudahan untuk masyarakat setempat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini di hadapkan langsung kepada informan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian ini pemanfaatan media sosial facebook sebagai promosi menggunakan fitur pada facebook yakni melalui foto dan video sebagai cara untuk meningkatkan produk dengan mengembangkan kreasi kedalam produk sehingga dapat menumbulkan *awarness* dan *interst*. Update status dan informasi sebagai penyaluran informasi berupa alamat, harga, dan jenis kepada masyarakat berupa kejelasan. Menandai dan berbagi sebagai cara memperluas jangkauan interaksi dan dapat menyampaikan pesan secara bergulir. Chat dan komen sebagai media berkomunikasi melalui pesan yang diberikan antar kedua belah pihak sehingga menghasilkan keputusan (*desicion*) dan tindakan (*action*)

Kata kunci : Pemanfaatan, Facebook, Promosi, Media Sosial

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : *Alfatu Hasanah*

Major : *Communication Science*

Title : *Utilization of Facebook Social Media as a Promotional Media for Mama Zaskia's Online Dapoer In Teluk Nayang Village, Rokan Hilir Regency.*

Promotion has an important role in increasing sales in a business in the field of tempahan and ketring services established by Dapoer Online Mama Zaskia. In carrying out promotions, of course, you need media to reach the public. With the use of this media, it will facilitate the promotion steps for sales. Therefore Dapoer Online Mama Zaskia promotes its sales by using utilization on social media, namely Facebook social media. the purpose of this study was to examine the use of social media as a promotional medium for online dapoer mama zaskia in teluk nayang village, rokan hilir district. Providing convenience benefits for the local community. This research uses qualitative descriptive methods. In this study, it was presented directly to informants through interviews, observation and documentation. Based on the results of this study, the use of Facebook social media as a promotion uses features on Facebook, namely through photos and videos as a way to increase product by developing creations into products so that they can generate awarness and interest. Status updates and information as a distribution of information in the form of addresses, prices, and types to the public in the form of clarity. Tagging and sharing as a way to expand the range of interactions and can convey messages in a rolling manner. Chat and comment as a medium of communication through messages given between the two parties so as to produce decisions (desicion) and actions (action).

Keywords: *Utilization, Facebook, Promotion, Social Media*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala Puji beserta rasa syukur yang besar penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahuwata'ala yang mana atas rahmat, nikmat, dan kesempatan-Nya penulis bisa menyelesaikan tugas akhir perkuliahan ini. Shalawat dan salam tidak akan lupa juga selalu dihadiahkan kepada baginda besar umat Muslim, suri tauladan bagi sekalian umat manusia, dan yang pasti adalah kekasihnya Sang Pemilik alam semesta, Rasulullah Muhammad shallallahu alaihi wasallam. Semoga segala apa yang beliau tinggalkan kepada umat-umat setelahnya dapat terus dijadikan pedoman dalam menjalani kehidupan.

Alhamdulillah, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Dapoer Online Mama Zaskia di Desa Teluk Nayang Kabupaten Rokan Hilir”** Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar sarjana strata satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, yakni **Ibunda Cici Nurhayati** dan **Ayahanda Muhammad Imron Rosadi** yang selalu setia mencurahkan kasih sayang, do'a, dorongan dan motivasi, serta tak lupa juga kakak tercinta yakni **Alvia Afrianti**, **Nurul Amalia** yang telah memberikan suport, doa dan kasih sayang nya dan adik tersayang **Siti Fatimah**. Mereka adalah orang terpenting dalam hidup saya yang senantiasa mendukung dan mendoakan juga menguatkan penulis agar tetap semangat menyelesaikan skripsi ini. Ucapan syukur dan terimakasih yang paling dalam penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat, kesempatan serta kemudahan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhit. Dalam kesempatan ini pula, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wakil Rektor I Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag. Wakil Rektor II Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd. Wakil rector III Bapak Edi Erwan, S.Pt.,M.Sc.,Ph.D.
2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd.,MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Muhammad Badri, SP.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Artis, S.Ag.,M.I,Kom. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Yantos, S.IP., M.Si selaku Penasihat Akademik (PA) yang selalu memberi nasehat kepada penulis serta mengawasi perkuliahan penulis dari awal sampai akhir.
7. Bapak Yantos, S.IP., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu begitu banyak dan telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Serta selalu memotivasi dan memberikan arahan kepada penulis.
8. Kepada ibu Amanah yang telah memberikan kesempatan dan izinnya kepada penulis untuk sudi usahannya dijadikan tempat penelitian untuk skripsi.
9. Terimakasih kepada dosen dan pegawai Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah menyalurkan ilmunya kepada penulis.
10. Terimakasih kepada Para Staff Jurusan Ilmu Komunikasi dan Staff Akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu dalam kepengurusan administrasi.
11. Kepada Hidayatun Husnaini, Nur Hatifah, Alwi Rahmadani selaku teman dan sahabat yang telah sudi kiranya untuk membantu dan menemani segala kegiatan selama proses skripsi baik susah senang bersama.
12. Terimakasih kepada sahabat KKN ribak-ribak desa Pujud Via, Yessie, Ainun, Wafika, Irul, Maya, Jihan, Reisyah, Firman yang selalu memberikan penulis suport dan semangat. Terimakasih atas kenangan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang telah di ukir bersama selama menjalankan tugas pengabdian dalam masyarakat.

13. Untuk teman-teman, keluarga besar Ilmu Komunikasi 2019, Ilkom B, Broadcasting D, KKN Pujud dan Magang Bertuah Pos yang telah berjuang bersama-sama dan mengukir kenangan bersama semasa kuliah, terimakasih banyak... Sampai jumpa di lain kesempatan!
14. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu, serta memberikan semangat dan motivasi pada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada semua kalangan yang membutuhkan, baik dari kalangan akademis, maupun masyarakat luas pada umumnya.

Pekanbaru , 27 juli 2023

Alfatu Hasanah
NIM : 11940323920

UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Kajian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori	11
2.3. Konsep Operasional	27
2.4. Kerangka pemikiran	28
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	30
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
3.3. Sumber Data Informan Penelitian	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data	32
3.5. Validasi Data	33
3.6. Teknik Analisis Data	35
BAB IV: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	366
4.1. Sejarah Dapoer Online Mama Zaskia.....	36
4.2. Profil Dapoer Online Mama Zaskia	38
4.3. Struktur Perusahaan.....	39
4.4. Spesifikasi Dapoer Online Mama Zaskia.....	40
BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
5.1. Hasil Penelitian.....	45

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.2. Pembahasan	46
BAB VI: PENUTUP.....	62
6.1. Kesimpulan.....	62
6.2. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	33
------------------------------------	----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1 Screenshot Unggahan tempahan nasi tumpeng Dapoer Online Mama Zaskia.....	37
Gambar 4.2 Screenshot Unggahan promo di Akun <i>Facebook</i> Dapoer Online Mama Zaskia.....	37
Gambar 4.3 Screenshot Unggahan promo di Akun <i>Facebook</i> Dapoer Online Mama Zaskia.....	38
Gambar 4.4 Unggahan Foto sampul Akun <i>Facebook</i> Zaskia Az Zahra.....	39
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Dapoer Online Mama Zaskia.....	39
Gambar : 4.6 sampel foto nasi tumpeng.....	41
Gambar 4.7 sampel foto jajanan kekinian mille crepes.....	41
Gambar 4.8 sampel foto donat topping melimpah.....	41
Gambar 4.9 sampel nasi ayam bakar	42
Gambar 4.10 sampel foto frozen food ayam.....	42
Gambar 4.11 sampel foto frozen food lele.....	42
Gambar 4.12 sampel brownies lumer.....	43
Gambar 4.13 sampel cake dekor ultah.....	43
Gambar 4.14 sampel ayam bakar maknyus.....	43
Gambar 4.15 stand Dapoer Online Mama Zaskia.....	45
Gambar 5.1 : Screenshot live streaming Dapoer Online Mama Zaskia.....	52
Gambar 5.2 : Screenshot postingan Dapoer Online Mama Zaskia.....	52
Gambar 5.3 : Screenshot postingan story Dapoer Online Mama.....	58
Gambar 5. 4 Screenshot update status Dapoer Online Mama Zaskia.....	59
Gambar 5. 5: postingan yang menggunakan tag	64

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 5.6 : Screenshot chat dengan pelanggan Dapoer Online Mama Zaskia68

Gambar 5. 7: Screenshot kolom komenan Facebook..... 68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Daftar Pertanyaan.....	89
Lampiran II Dokumentasi Penelitian.....	91



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial menjadi salah satu jenis teknologi penyebaran informasi yang mengalami perkembangan pesat. Media ini berupa seperangkat alat komunikasi dan juga kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai macam interaksi yang belum terjadi sebelumnya bagi masyarakat awam. Kehadiran media baru sangat dapat dirasakan oleh setiap orang dan berbagai kalangan dalam bentuk perangkat keras yang dapat digenggam juga dapat digunakan kapanpun dan dimanapun. Facebook merupakan program dari aplikasi media sosial yang berbasis internet yang dapat digunakan sebagai media informasi dan komunikasi. Facebook adalah sebuah layanan media sosial yang sederhana disebabkan Facebook adalah salah satu website yang ramah dan terkenal, karena bisa menyambungkan berbagai hubungan antara satu dengan yang lain dalam dunia maya.¹

Teknologi internet yang saat ini tengah berkembang pesat dan sangat berpotensi mendorong pemasaran adalah media sosial. Istilah lainnya media sosial adalah “jejaring sosial” (Social Network), yakni merupakan jaringan dan jalinan hubungan yang dilakukan secara online di internet yang memberikan kemudahan dalam mengakses sosial media terutama Facebook dalam memperoleh pertemanan dan kemudahan dalam mengaplikasikannya.² Abad ke-20 komunikasi massa dipaksa berkembang dengan lebih cepat sehingga memunculkannya sebuah inovasi baru yang disebut Internet, sebagai bagian dari media massa. Internet telah mampu mengatasi ruang dan waktu dalam proses penyebaran informasi di dunia. Selain memberikan kemudahan, media

¹Irham, “Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan UIN Allaudin Makassar”, (Skripsi Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab dan Humaniora, 2014): hlm 13.

²Saragih, Hoga dan Ramdhany, Rizky, 2012. Jurnal . “Pengaruh Intensi Pelanggan Dalam Berbelanja Online Kembali Media Teknologi Informasi Forum Jual Beli (FJB)” Kaskus. Universitas Bakrie. Jakarta



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

massa lain seperti televisi, radio dan media cetak pada akhirnya membutuhkan internet sebagai alat penyebaran informasi ke khalayak.³

Promosi dengan memanfaatkan media internet ini telah memasuki ruang tanpa batas dalam waktu seketika. Internet telah membawa media ke khalayak global yang sifatnya interaktif serta respon dan tanggapan yang sangat cepat merupakan kualitas dari medium Internet yang unik. Pemasaran melalui internet (*Internet Marketing*), sering di sebut sebagai *pemasaran-i*, *web marketing*, *online marketing* dan *e- marketing* atau *e-commerce* yaitu pemasaran produk atau jasa melalui saluran Internet yang menuntut penguasaan aspek kreatif dan aspek teknis Internet secara bersama-sama termasuk desain, pengembangan, periklanan, dan penjualan.

Dapoer Online Mama Zaskia terletak di Desa Teluk Nayang, Kec. pujud Kab. Rokan Hilir provinsi Riau memanfaatkan facebook sebagai media sosial yang dapat mengkomunikasikan atau mempromosikan sesuatu termasuk barang jualan. Pemanfaatan media sosial facebook ini mencakup dari perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi. Facebook merupakan media sosial dengan penggunaanya cukup banyak yang tersebar diseluruh dunia termasuk Indonesia dengan penggunaanya sudah ke berbagai kalangan.

Pemanfaatan media sosial Facebook digunakan sebagai bentuk untuk mempertahankan eksistensi dalam persaingan bidang kuliner dan jasa yang ssat ini memiliki pandangan pasar yang cukup potensial dalam usaha memromosikan jasa secara meluas. Meskipun belum terlalu besar, namun Dapoer Online Mama Zaskia sudah cukup dikenal oleh khalayak umum yang berada di Kabupaten Rokan Hilir, Kecamatan Pujud, ini terbukti dari tiga ribu pengikut yang ada pada akun media sosial facebook Zaskia Az Zahra. Dapoer Online Mama Zaskia ini yang memiliki beragam jenis olahan makanan pada akhirnya memilih facebook sebagai media promosi usaha rumahan untuk secara online. Media sosial *facebook* dapat membantu mempromosikan barang dagangan atau produk di karenakan jangkauan yang dimiliki oleh media sosial ini sangat luas serta kemudahan dalam mengaksesnya maka dimanfaatkan sebagai media pelaksanaan kegiatan promosi produk.

³Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, edisi ke-7.(Jakarta : PT RajaGrafindo,2007), 59



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kegiatan promosi merupakan salah satu fokus program yang dilakukan oleh Dapoer Online Mama Zaskia sebagai salah satu penyedia jasa tempahan kue dan jasa ketrिंग di bidang kuliner. Dapoer Online Mama Zaskia merupakan usaha rumahan yang menyediakan berbagai olahan makanan dan ketrिंग makanan di desa Teluk Nayang, kecamatan Pujud. Tujuan promosi yang dilakukan oleh Dapoer Online Mama Zaskia melalui media social Facebook adalah untuk memperkenalkan usahan di bidang kuliner nya seperti menjajahkan beragam kue dan makanan serta jasa pembuatan kue dan ketrिंग yang di olah di Dapoer Online Mama Zaskia kepada masyarakat, untuk mendorong minat masyarakat agar menggunakan jasa Dapoer Online Mama Zaskia sebagai pilihan untuk mempermudah segala urusan menyangkut acara atau hajatan yang akan diadakan, menambah jumlah pelanggan dan mempertahankan serta menguatkan eksistensi dari usaha rumahan Dapoer Online Mama Zaskia.

Untuk mempertahankan eksistensi dari jasa dan produk dapoer online mama zaskia memerlukan inovasi untuk dilakukan sehingga dapat menarik banyak pelanggan baru dan meningkatkan citra dari produk itu sendiri. Perkembangan dunia usaha banyak menuntut wirausahaan untuk membuka usaha yang kreatif yang memiliki daya saing.⁴Inovasi merupakan sebuah proses untuk mewujudkan, mengkombinasikan, atau mematangkan sesuatu baik itu pengetahuan atau gagasan ide yang kemudian dapat disesuaikan sebagai cara untuk mendapatkan nilai baru dari produk, proses, atau jasa.⁵

Dalam melakukan promosi produk Dapoer Online Mama Zaskia terhadap masyarakat menggunakan media sosial, selalu mengandalkan kreativitas dalam berkreasi baik pada produk olahannya maupun dari segi tampilan produk atau pengambilan gambar dari produk serta komposisi bahan, dan packing produk yang di olah se bagus dan semenarik mungkin. Sehingga ada harga atau nilai jual yang ditetapkan dari sebuah produk yang di buat.

Dengan memanfaatkan promosi dalam facebook, kegiatan promosi akan berlangsung dengan sedemikian rupa sehingga dapat mencapai segala yang diinginkan, salah satunya dapat menarik pembeli dan

⁴YB Andre Marvianta, dkk. 2013. “ Arti Penting Kreativitas Terhadap Penciptaan Ide Bisnis Studi Kasus Pada Mahasiswa Fe-ukrida, Jakarta”. Jurnal, Vol. 13, No. 1, hal. 8

⁵Luecke.2003. “Managing Creativity and Innovation”. Boston :Harvard Business School Publishing



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

meningkatkan penjualan. Kreativitas dalam segi pengambilan gambar produk juga dapat dijadikan sebagai pemicu untuk konsumen mengenai produk yang ditawarkan oleh Dapoer online mama zaskia yang berkualitas. Setelah dilakukannya pra riset yang dilakukan oleh peneliti promosi yang dilakukan dapoer online mama zaskia menggunakan kualitas dan tampilan dari produk olahannya yang bagus agar pelanggan mudah tertarik.

Promosi yang dilakukan Dapoer Online Mama Zaskia merupakan sebuah upaya untuk memperkenalkan produk yang di produksinya hingga hasil produk tersebut dapat dikenal, diakui, dan digunakan oleh khalayak ramai. Promosi termasuk ke dalam kegiatan menjual atau memberitahukan sesuatu, selain itu sebagai penunjuk sebuah konsep yang menyangkut sikap mental yang tidak selalu menjual benda atau barang tetapi juga menjual gagasan-gagasan, tempat, jasa dan kegiatan nirlaba lainnya.⁶ Melalui promosi, Dapoer Online Mama Zaskia dapat mempengaruhi orang lain agar mempunyai persepsi serta pandangan yang positif terhadap kemampuan, kepribadian, penampilan, karakter atau bahkan juga dari penawaran yang dilakukan dan disampaikan.

Dapoer Online Mama Zaskia memanfaatkan facebook sebagai wadah tempat promosi disesuaikan dengan keadaan masyarakat, melalui kreativitas foto dengan menggunakan karya-karyanya serta menyertakan caption yang menarik pada unggahan tersebut agar dapat dilihat oleh khalayak ramai. Dalam promosi Dapoer Online Mama Zaskia lebih aktif dalam mempromosikan usahanya melalui akun pribadi facebook miliknya yang dikelola sendiri. Mcluhan mengungkapkan penggunaan teknologi media memang telah mengubah paradigma dalam kehidupan baru secara dramatis dan signifikan di tengah masyarakat. Karena masyarakat kini sudah sangat bergantung pada kecanggihan teknologi media dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat dalam penggunaan teknologi media.⁷

Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengambil usaha rumahan milik Dapoer Online Mama Zaskia yang terletak di desa Teluk Nayang kecamatan Pujud untuk mengetahui bagaimana cara promosi

⁶A.M, Morissan, “Periklanan komunikasi pemasaran terpadu”, (Jakarta : Penerbit Kencana, 2010) hlm 2

⁷Richard West, and Lyn H. Turner, “*Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*”, (Jakarta : Salwmba Humanika, 2010), hlm 182.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

serta kreativitas melalui pemanfaatannya di jejaring sosial terutama media sosial Facebook. Apa kelebihan dan kekurangan dalam memanfaatkan media sosial Facebook sebagai media promosi. Maka dari itu peneliti mengambil dan mengangkat judul tentang **“Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Dapoer Online Mama Zaskia Di Desa Teluk Nayang Kabupaten Rokan Hilir”**. Sebagai judul yang akan di teliti oleh peneliti.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini untuk mengetahui :

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial facebook sebagai media promosi online pada Dapoer Online Mama Zaskia?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui:

1. Mengetahui pemanfaatan media sosial facebook sebagai media promosi online pada Dapoer Online Mama Zaskia
2. Mengidentifikasi kendala dalam pemanfaatan media sosial facebook sebagai media promosi online pada Dapoer Online Mama Zaskia

1.4. Kegunaan Penelitian

- a. Secara akademisi
 penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menambah informasi bagi peneliti, dan bagi pihak lain dari hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif serta dapat di jadikan cuan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial facebook sebagai media promosi bagi pelaku dagang.
- b. Secara teoritis
 penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengembangan Ilmu Pengetahuan terutama mengenai pemanfaatan media sosial facebook sebagai media promosi Dapoer Online Mama Zaskia di desa Teluk Nayang. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memperluas wawasan bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya bagi mahasiswa atau pun masyarakat yang tertarik dengan topik ini.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu melakukan penyusunan sistematika sedemikian rupa sehingga mampu menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah untuk dipahami. Adapun sistematika penulisan dari asil penelitian ini adalah:

- BAB I : PENDAHULUAN**
 Pada bab pendahuluan berisi tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II : KAJIAN TEORI**
 Pada bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka berpikir.
- BAB III : METODE PENELITIAN**
 Pada bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data atau informan penelitian, teknik pengumpulan data, validasi data, dan teknik analisis data.
- BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**
 Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi penelitian.
- BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**
 Pada bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.
- BAB VI : PENUTUP**
 Pada bab ini berisikan kesimpulan dari pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan untuk pembandingan dan acuan dari penelitian yang akan ditulis. Selain itu, sebagai referensi untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian yang akan di teliti ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti akan mencantumkan hasil-hasil dari penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut :

1. Hasil penelitian dari Meti Wahyuningtias (2021)

Penelitian Meti Wahyuningtias (2021), berjudul “*Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk UMKM (Studi Kasus UMKM Sejoli Jamu Instan Di Desa Paringan Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo*”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara UMKM Sejoli dalam melakukan promosi dan mengetahui pemanfaatan Facebook dalam meningkatkan minat beli terhadap produk UMKM Sejoli Jamu Instan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa, pemanfaatan Facebook dalam lingkup bisnis dapat membantu para pelaku usaha dalam segi mempromosikan maupun mengiklankan produknya kepada pengguna Facebook lainnya. Dengan menggunakan cara seperti memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Facebook sehingga dapat digunakan secara maksimal oleh pemilik dan reseller dari Sejoli Jamu Instan berupa Caption, Geotag/lokasi, Like/suka, Komentar dan Status.⁸

2. Hasil penelitian dari Andi Kurniawan (2022)

Penelitian dari Andi Kurniawan (2022), berjudul “*Pemanfaatan Media Sosial Oleh UMKM Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Di Dusun Suka Sari Desa Rantau Sakti*”. Penelitian ini

⁸Wahyuningtyas Meti, 2021 *Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk UMKM (Studi Kasus UMKM Sejoli Jamu Instan DI Desa Paringan Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo)*, (Skripsi Program Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Adab Dakwah IAIN Ponorogo).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial Facebook oleh UMKM sebagai media komunikasi pemasaran produk di Dusun Suka Sari Desa Rantau Sakti. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dari penelitian ini rencana pemasaran produk di Dusun Sari Desa Rantau Sakti, melalui Pemanfaatan Media Sosial Facebook ada 4 rencana yaitu: Situation analysis dan time frame, yaitu mengamati kondisi lingkungan sekitar sehingga dapat menentukan langkah-langkah tahapan kerja untuk memasarkan produk, menentukan produk yang akan ditawarkan dan menentukan harga; Target market; Adanya program, untuk memberi pelayanan kepada calon konsumen; Proses monitoring, yaitu mengamati kembali proses pemasaran yang sudah dilakukan.

3. Hasil penelitian dari Rafie Hasan (2020)

Penelitian dari Rafie Hasan (2020), berjudul “*Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Kabupaten Siak*”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggambarkan dan memaparkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena yang diangkat kemudian di analisis untuk memperoleh kesimpulan. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengkaji bagaimana upaya biro perjalanan umrah PT Hajar Aswad Mubaroq dalam memasarkan paket umrah dengan memanfaatkan media sosial Facebook. Berdasarkan penelitian dilakukan dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Facebook sebagai strategi pemasaran paket umrah PT Hajar Aswad Mubaroq kabupaten Siak yaitu dari pemanfaatannya cukup efektif dikarenakan media sosial Facebook ini cukup menarik dan banyak diminati, semakin konsisten perusahaan dalam memasarkan produknya maka pemasaran semakin efektif dan efisien serta melakukan segala macam bentuk pendekatan maupun strategi yang telah diluncurkan maka akan tercipta *image* yang baik di kalangan masyarakat dengan membangun pola hubungan masyarakat maupun di media sosial facebook yang di jadikan tempat pemasaran.

4. Hasil penelitian dari Ulfa Dwi Anggraini (2022)

Penelitian dari Ulfa Dwi Anggraini (2022), berjudul “*Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Satria Production Di Kabupaten Indragiri Hulu*”. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kualitatif. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami subjek pada penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, serta tindakan, secara holistik yaitu dengan cara deskriptif dalam bentuk kata dan bahasa. Untuk mengetahui bagaimana Satria Production memanfaatkan Facebook untuk promosi. Berdasarkan penelitian yang di lakukan dapat disimpulkan bahwa dalam pemanfaatan facebook sebagai alat promosi di temukan kelebihan dan kekurangannya. Memberikan informasi dengan menggunakan fitur yang tersedia dan tidak memerlukan waktu yang banyak, namun kekurangannya akun bisa saja mengalami pembajakan, phising, scam, serta akun tak di kenal mentag konten dewasa tanpa disadari.

5. Hasil penelitian dari Afif Shafwan Tharif (2022)

Penelitian yang dilakukan oleh Afif Shafwan Tharif (2022), berjudul *“Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mengembangkan Usaha Pempek Mas Agus di Bangkinang Kota Kabupaten Kampar Menurut Ekonomi Syariah”*. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, peneliti berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian atau keadaan yang sedang terjadi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pemasaran melalui media sosial ini dapat mengembangkan usaha pempek mas Agus karena kalangan milenial lebih aktif dalam media sosial diantaranya Facebook, Whatapps, dan Instagram.

6. Jurnal karya Tongkotow Liedfray, Waani dan Jouke J Lasut, dengan judul **“Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahsa Tenggara”**. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana media sosial berperan dalam mempererat interaksi antar keluarga yang ada di desa Esandom. Hasil dari penelitian ini kehadiran media sosial dalam kehidupan masyarakat yang ada di desa Endasom ini sangat berperan penting sebab dengan adanya media sosial ini semakin memberi kemudahan serta membantu dalam berinteraksi antar keluarga.⁹

⁹Tongkotow Liedfray, Waani dan Jouke J Lasut, *“Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahsa Tenggara”*, Jurnal Ilmiah Society, Vol 2 No 1 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Jurnal karya Syahrullah, Muhammad Yahya, Ahmad Syarif, dengan judul “ **Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadt**”. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan bahwa penggunaan facebook mempermudah penjual dengan jangkauan yang lebih luas. Dalam hal ini memiliki faktor pendukung menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan sehingga dapat dijadikan alat pemasaran yang sangat potensial. Sementara faktor penghambatnya jaringan yang kurang stabil; pembatasan jumlah pertemana; postingan berada dibawah postinganlain; sering terkena spam; penjiplakan pesainng pembelian produk yang dibatalkan.¹⁰
8. Jurnal karya Ferlin Kurniawati dan Maulisa Nurhidayati, dengan judul “ **Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Bisnis Dalam Usaha Meningkatkan Jumlah Penjualan Bagi Ibu-ibu PKK Kelurahan Bangusari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun**”. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian di jumpai faktor penghambat dan pendukung serta dapat meningkatkan pemahaman bagi ibu-ibu PKK di kelurahan Bangusari, lebih meningkatkan pemahaman peserta yang dilakukan praktek secara langsung.¹¹
9. Jurnal karya Elis Febriyanti dkk, dengan judul “**Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Pemasaran Produk (Study Kasus UKM Har’s Gordyn)**”. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif bersifat deskriptif, penelitian ini menggunakan bentuk penelitian studi kasus. Hasil dari penelitian ini (a). Implementasi pemanfaatan facebook dalam proses pemasaran korden kepada publik dari strategi informasi meliputi pola pesan, media penyampaian, mengatur penyampaian pesan; (b). Merancang promosi meliputi periklanan, publisitas pelayanan individu; (3). Membangun komunitas meliputi manfaat dan optimalisasi.¹²

¹⁰Syahrullah, Muhammad Yahya dan Ahmad Syarif, “*Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadt*”, Jurnal Pilar:Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Vol 12 No 2 2021.

¹¹Ferlin Kurniawati dan Maulisa Nurhidayati, “*Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Bisnis Dalam Usaha Meningkatkan Jumlah Penjualan Bagi Ibu-ibu PKK Kelurahan Bangusari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun*”, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol IV No 2 2021.

¹²Elis Febriyanti dkk, “*Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Pemasaran Produk (Study Kasus UKM Har’s Gordyn)*”, CITISEE 2017.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

10. Jurnal karya Angga Rickyawan, dengan judul, **“Pemanfaatan Akun Instagram @JktFoodbang Sebagai Media Penyampaian Pesan Tentang Kuliner Di Jakarta”**. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif, peneliti menggunakan teori ekologi media. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui cara penggunaan akun instagram @JktFoodbang dengan menggunakan media sosial sebagai referensi kuliner di Jakarta. Subjek penelitiannya adalah follower dari akun intagram. Hasil penelitian dalam penelitian ini di harapkan bisa memeperkya pengetahuan tentang penelitian ilmu komunikasi berkaitan dengan instagram juga bisa dijadikan referensi yang memberikan wawasan dan masukan bagi penggunanya.¹³

2.2 Landasan Teori

2.2.1 New Media

Media baru adalah sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy (1990) yang terdapat pada buku *New Media Teori dan Aplikasi* yang menjelaskan tentang perkembangan media.¹⁴ Dalam teori media baru ini memiliki dua pandangan. *Pertama*, yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Dalam konteks kekinian komunikasi menjadi lebih beragam dan sangat banyak macamnya yang dapat di ukur dalam kepraktisan maupun keefisiensinya. Dalam konteks kekinian media komunikasi menjadi sangat beragam, praktis serta efisien. Percepatan perkembangan teknologi media adalah menjadi salah satu fenomena yang mendominasi dalam peradaban manusia. Kemunculan bentuk serta praktek penggunaan media baru ini terkesan terjadi terus-menerus, susul- menyusul dan terkadang membuat para konsumen media, otoritas, bahkan termasuk para pelaku industri media sendiri merasa kewalahan (overwhelmed) dan gagap untuk mengantisipasinya.

¹³Angga Rickyawan, “Pemanfaatan Akun Instagram @Jktfoodbang Sebagai Media Penyampaian Pesan Tentang Kuliner Di Jakarta” Pantarei, Vol 4 No 03 2020.

¹⁴Yunita Nainggolan, dkk, 2018, “Prnggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kalimantan Timur”, Jurnal, vol 6 no 3



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media baru mempunyai karakteristik khusus yaitu memiliki kemampuan untuk menciptakan ilusi seperti pada komunikasi tatap muka yang tampak nyata. Hal inilah yang disebut sebagai interaksi parasosial menurut McMillian dalam Lievrouw dan Livingstone. New media kini sudah menjadi salah satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan sehari-hari, dalam penggunaannya pun lebih mendominasi kaum yang usia muda meliputi remaja serta mahasiswa dikarenakan kemudahan mengakses dan sudah menjadi gaya hidup.¹⁵ Media bukan hanya sebuah instrumen informasi tetapi sebagai penyatu dalam beberapa bentuk masyarakat serta memberi sara akan saling memiliki. New media adalah sebuah media online yang berbasis teknologi yang memiliki sifat fleksibel serta interaktif, berfungsi baik secara publik maupun privat dengan menggunakan internet. New media yang diartikan sebagai produk interaksi komunikasi yang termediasi oleh teknologi, yang berada bersama dengan komputer digital.¹⁶

Media baru atau internet yang bisa dimanfaatkan melalui media sosial *Facebook, Instagram, Twitter* serta aplikasi-aplikasi media sosial lainnya yang mempunyai ciri seperti berikut. Pertama, internet tidak hanya berkaitan dengan produksi dan distribusi pesa, tetapi juga bisa disamakan dengan pengolahan, pertukaran dan penyimpanan. Kedua, media baru merupakan lembaga komunikasi publik dan juga privat yang diatur dengan layak. Ketiga, kinerjanya tidak teratur sebagaimana seterusnya media massa profesional dan birokratis. Hubungan media baru dan media massa menekankan fakta bahwa penyebarannya yang luas secara prinsip telah tersedia untuk semua jenis komunikasi dan setidaknya bebas dari kontrol.¹⁷

Penanda dari munculnya media baru bisa dilihat dari munculnya cybermedia atau new media koneksi agar antar jaringan melalui komputer atau lebih populer disebut dengan internet. Menurut McQuail, ada lima kategori utama dari media baru yang memiliki

¹⁵Fitri Norhabibah, Sukma Ari Ragil Putri, 2018, “Hubungan Intensitas Akses Media Baru dan Interaksi Lingkungan Sekitar Sekitar Pada Mahasiswa UNTAG Surabaya”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol 7 no 1, hlm. 9-10

¹⁶Cindie Sya’bania Feroza, Desy Misnawati, 2020, “Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan”, *Jurnal Inovasi*, vol 14 no 1, hlm. 34

¹⁷Denis Mc Quail, “Teori Komunikasi Massa” (Jakarta : Salemba Humanika, 2011), hlm 150.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kesamaan saluran tertentu dan dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan koneksi, sebagai berikut:¹⁸

1. Media komunikasi antar pribadi meliputi telepon dan surat elektronik
2. Media permainan interaktif. Media ini berbasis terutama komputer dan video game, yang ditambah peralatan realitas visual
3. Media pencarian informasi. Ini adalah bagian kategori yang luas, tetapi internet atau WWW merupakan contoh yang paling penting dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang aktualitas dan aksibilitasnya belum pernah ada
4. Media partisipasi kolektif. Khususnya meliputi penggunaan internet untuk berbagi dan saling bertukar informasi, gagasan, bisa saja pengalaman. Untuk mengembangkan hubungan pribadi yang aktif (yang diperantarai komputer). Menurut Byan dan McQuail situs jejaring sosial termasuk kedalam kelompok ini
5. Substitusi media penyiaran. Acuan utamanya adalah pengguna media untuk menerima atau mengunduh konten yang di masalah biasanya disebarkan atau disebar dengan metode lain yang serupa

New media telah membuat bentuk komunikasi massa mengalami perubahan. Ada enam perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru.¹⁹

1. Digitalisasi dan konvergensi atau segala aspek media
2. Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat
3. Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima
4. Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak
5. Munculnya beragam bentuk baru pintu (gateway) media
6. Pemisahan dan pengaburan dari lembaran media

Media adalah saluran terutama sekaligus sarana untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi. Media massa pada masa kini tidak hanya di dominasi oleh media cetak dan elektronik yang biasa disebut dengan media konvensional, karena media massa sudah

¹⁸Denis Mcquail, "Teori Komunikasi Massa", Jakarta: Salemba Humanika, 2011, hlm 156-157

¹⁹Denis Mc Quail, "Teori Komunikasi Massa" (Jakarta : Salemba Humanika, 2011), hlm 153



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjadi sarana bagi masyarakat untuk bisa memenuhi kebutuhan atas informasi dan seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah dunia telah melahirkan media internet sebagai media baru. Lister, Dovey, Giddings, Grant dan Kelly, menyatakan terdapat enam karakteristik media baru yaitu: Digital, Interaktif, Hypertextual, Jaringan, Virtual, serta Simulasi. Media baru merupakan istilah untuk semua bentuk media komunikasi massa yang berbasis teknologi komunikasi dan teknologi informasi yang memiliki ciri adalah internet. Pada dasarnya media baru tidak merubah mekanisme kerja para profesional yang ada pada media massa, namun yang berubah hanyalah penyampaian pesan yang sudah menggunakan media digitalisasi.²⁰

2.2.2 Media Sosial

Media sosial adalah media yang bentuk komunikasinya berbasis internet. Sebagian besar media sosial masuk kedalam kategori media online dimana orang-orang berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi dan ditandai dengan segala aktivitas online. Sebagian besar media sosial mendorong penggunaannya untuk saling bertukar pikiran, memberikan umpan balik, voting, komentar dan berbagi informasi sesuai dengan minatnya masing-masing.²¹ Dalam media sosial, komunikasi interpersonal dan komunikasi massa melebur menjadi satu.²² Menurut Antony Mayfield (2008), memberikan gagasan berupa definisi media sosial menurutnya pengertian media sosial adalah media yang penggunaannya mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan peran, khususnya blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual worlds. Menurut Philip Kotler dan Kelvin Keller pengertian media sosial adalah sarana bagi para konsumen untuk berbagi informasi baik berupa teks, gambar, video dan audio dengan sesama satu sama lain dengan perusahaan ataupun sebaliknya.

Kehadiran media sosial ditengah masyarakat sangat memberikan manfaat dan memudahkan segala pekerjaan di tengah era saat ini. Media sosial cukup membantu dalam menghapus jarak antar manusia, sehingga muncul keefektifitasan untuk

²⁰Rangga Galura Gumelar, "Konvergensi Media Online" hlm 8

²¹Nuning Kurniasih, dan M HuM, "Penggunaan Media Sosial Bagi Humas Di Lembaga Pemerintahan", in Forum Kehumasan Kota Tangerang, 2013, hlm 12

²²Errika Dwi Setya Wtje, 2011, "Komunikasi dan Media Sosial", The Messenger, Vol 3 no 1, hal 73



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempersingkat waktu dalam berkomunikasi. Fungsi media sosial sendiri sebagai salah satu platform digital yang paling banyak digunakan pada era seperti ini, dalam perannya saat ini media sosial telah membangun kekuatan yang sangat besar dalam membentuk pola perilaku dari berbagai bidang kehidupan manusia. Hal tersebutlah yang membuat fungsi media sosial sangat besar untuk manusia.

Pada era digital, media sosial sekarang ini telah menjadi trend tersendiri dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media komunikasinya berbasis internet, sehingga bisa membuat penggunaanya dengan mudah untuk berpartisipasi, berbagi, serta dapat menciptakan berbagai kegiatan menulis pada media sosial itu sendiri. Ron Jones menjelaskan media sosial termasuk kedalam kategori media yang bersifat online dimana orang-orang saling berkomunikasi, berbagi, berpartisipasi serta ditandai dengan berbagai aktivitas online lainnya. Pada umumnya sebagian besar media sosial lebih mendorong penggunaanya untuk bertukar pikiran, memberikan umpan balik, melakukan voting, komentar serta berbagi informasi yang sesuai minat masing-masing.²³

Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, sehingga memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.²⁴ Media sosial memiliki beragam jenis termasuk seperti blog, mikro-blog, situs jejaring sosial, wiki, situs berbagi foto, pesan instan, situs berbagi video, podcast, widget, dunia virtual dan masih banyak lagi. Media sosial telah mengubah tatanan hidup manusia, dapat memutar balikkan serta menyajikan pemikiran yang baru tentang cara berkomunikasi dan bersosialisasi. Banyak model berkomunikasi yang melebur dalam satu wadah dengan kehadiran media sosial yang memiliki konsekuensi yang sangat perlu diwaspadai, mengingat bahwa media sosial ini semakin bebas membuka kesempatan setiap individu untuk terlibat di dalamnya serta juga bebas untuk mengeluarkan pendapatnya. Akan tetapi pengendalian terhadap diri sendiri juga harus tetap dimiliki, agar

²³Nuning Kurniasih dan M. Hum, "Penggunaan Media Sosial Bagi Humas Di Lembaga Pemerintah," in Forum Kehumasan Kota Tangerang, 2013, hlm 2.

²⁴Arum Wahyuni Purbohastuti, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi", Tirtayasa Ekonomika, 2017, Vol 12 No 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebebasan yang dipunyai tidak melanggar batasan dan tidak merugikan pihak lain.²⁵

Menurut Puntodi dalam penggunaan media sosial itu berfungsi sebagai salah satu keunggulan dalam membentuk personal branding melalui sosial media. Berbagai sosial media dapat dijadikan media untuk berkomunikasi, berdiskusi bahkan memberi popularitas di media sosial. Media sosial juga memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi sebagai media interaksi yang lebih dekat dengan konsumen. Media sosial ini menawarkan konten komunikasi yang lebih individual, melalui inilah para pemasar dapat mengetahui kebiasaan yang dilakukan konsumen saat melakukan sebuah interaksi secara personal sehingga dapat membangun sebuah ketertarikan lebih dalam lagi.²⁶

Adapun fungsi media sosial diantaranya media sosial didesain untuk memperluas interaksi sosial terhadap sesama manusia dengan menggunakan internet dan teknologi. Sebagai penyalur praktik komunikasi searah media siaran dari satu media ke banyak audience serta ke banyak audience. Media sosial juga mendukung demokratisasi dalam pengetahuan juga informasi, mentransformasi manusia dari penggunaan isi pesan menjadi pembuat pesan sendiri.

a. Karakteristik Media Sosial

Media sosial mempunyai ciri-ciri yang tak pernah lepas dari berbagai ciri yang ada pada media sosial yang saat ini banyak digunakan. Karakteristik media sosial tidak berbeda jauh dari media siber (*cyber*) karena media sosial merupakan salah satu platform dari media siber itu sendiri.²⁷ Media sosial memiliki karakter khusus sebagai berikut:

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah sebuah infrastruktur yang menghubungkan dengan mudah antara komputer dengan perangkat keras sebagai koneksi yang sangat diperlukan untuk sebuah komunikasi yang di jalin dalam sebuah jejaring sosial.

²⁵Errika Dwi Setya Watie, “Komunikasi Dan Media Sosial (Communication and Social Media)”, Jurnal The Messenger 3, no. 2 (2016): 69-74, hlm 70.

²⁶Arum Wahyuni Purbohastuti. 2017. “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi”. Tirtayasa Ekonomika. Vol 12 No 2, hal 215-216.

²⁷Ahmad Setiadi. “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Kefektifitasan Komunikasi”. AMIK BSI Karawang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Informasi (information)

Informasi menjadi identitas penting dari media sosial. Karena itu untuk melihat karakter informasi di media sosial bisa dilihat dari dua sisi. Pertama media sosial merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi. Kedua, informasi menjadi komunitas yang ada di media sosial.

3. Arsip (archive)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi sudah tersimpan dan bisa di akses kapanpun dan bisa diakses melalui perangkat apapun dan dimanapun.

4. Interaksi (interactivity)

Karakter berdasarkan dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar sesama pengguna. Jaringan ini tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (followers) saja di internet semata, tetapi harus juga dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti tanda jempol (like) di Facebook.

5. Penanda sosial

Media sosial ini merupakan media yang mengorganisasi, menyimpan, mengolah, dan mencari informasi atau beberapa berita tertentu dilakukan secara online.

6. Media konten bersama

Merupakan situs yang bekerjasama dengan penggunanya ini juga disebut mirip dengan kamus atau ensiklopedia yang menghadirkan pengertian, sejarah sampai rujukan buku mengenai suatu tautan.

b. Jenis-Jenis Media Sosial

Ada enam jenis media sosial, yaitu:²⁸

1. Social Networking atau Jaringan Sosial

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan saat berinteraksi dari

²⁸Rulli Nasrullah, "media sosial prespektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi", Bandung: Simbiosis Rektama Media, 2015, hlm 39



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

interaksi di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring social yaitu pengguna membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan hobi. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.

2. Blog

Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.

3. Microblogging

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang kurang dari 200 karakter.

4. Media Sharing

Media sosial ini memungkinkan pengguna untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online. Contoh dari media sosial ini yaitu Youtube, Flickr, Photobucket, atau Snapfish

5. Social Bookmarking

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs sosial bookmarking yang populer yaitu Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan untuk di Indonesia sendiri yaitu LintasMe

6. Wiki

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.

Media sosial adalah bagian media massa yang memberikan sebuah gambaran mengenai alat komunikasi yang dikerjakan dalam berbagai skala dari yang terbatas yang dapat melibatkan siapa saja pada masyarakat dengan skala yang luas. Media massa mempunyai sifat karakteristik yang membuatnya mampu menggapai massa dalam



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jumlah banyak dan luas (*universality of reach*), yang sifatnya publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapapun yang muncul di media massa.²⁹

2.2.3 Facebook

Facebook merupakan media sosial yang mempunyai rangkaian fitur sebagai promosi yang berkembang di Indonesia. Pada media sosial ini sangat memudahkan pengoperasian bagi penggunanya sehingga memberi kemudahan terhadap jangkauan pemasarannya yang cukup luas. Walaupun begitu masih banyak pengusaha yang masih berbasis tradisional atau lokal yang belum mengetahui mengenai pemanfaatan secara maksimal sebuah kelebihan dari media sebagai wadah promosi produk.³⁰

Facebook adalah sebuah layanan website jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004 dan berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat. Pada September 2012, *facebook* memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif dimana para penggunanya dapat mengakses dan bergabung ke dalam sebuah komunitas berdasarkan klasifikasi negara, hobi, kota, kerja sekolah maupun daerah sebagai media komunikasi. Jejaring sosial facebook sangat memudahkan untuk setiap orang dalam membuat profil untuk berbagi informasi, berkomunikasi dengan semua orang. Facebook dapat diartikan juga sebagai buku muka meskipun begitu, pada kenyataannya pengertian facebook bukan hanya sekedar situ yang menyediakan sejumlah informasi saja. Melebihi dari itu facebook merupakan jejaring sosial yang penggunanya dapat saling berinteraksi dengan pengguna lainnya yang dari berbagai penjuru dunia.³¹

Facebook saat ini sudah terdengar sangat familiar tidak hanya di kalangan masyarakat yang berada di perkotaan saja tetapi sudah menyebar sampai ke kalangan masyarakat pedesaan yang pada awal perkemabangannya situs web jejaring sosial ini, keanggotaan masih dibatasi hanya untuk keperluan pendidikan saja bagi

²⁹Morissan, *“Teori Komunikasi Individu Hingga Massa”*, (Jakarta: Kencana Penadamedia Group.2014), hlm 480

³⁰Tito Prabowo, dkk, 2022, *“Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Penjualan Madu Istighfar di Kabupaten Kediri”*, Jurnal Abdi Masyarakat UMUS, Vol. 3 No. 01, hal.22

³¹Syahrullah, dkk, 2021 *“Penggunaan Facebook Dalam Produk Barang Jadi”* Jurnal Pilar, vol 12, no 2, hal 31.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mahasiswa Harvard Collage, dan kemudian dikempangkan dan diperluas keseluruh sekolah lain yang ada di wilayah Boston³²

Facebook telah menjadi situs networking terbesar saat ini, terdapat begitu banyak manfaat facebook yang dapat digunakan. Beberapa manfaat dari facebook yaitu:

- a. Sebagai tempat untuk mencari teman
- b. Tempat promosi, facebook dapat dijadikan sebagai media promosi yang sangat efektif
- c. Tempat diskusi, salah satu fitur di situs jejaring sosial ini adalah group, yang berfungsi sebagai forum
- d. Sebagai tempat menjalin hubungan
- e. Sebagai tempat untuk belajar dan bermain, di facebook dapat digunakan untuk mempelajari ilmu-ilmu yang belum pernah ditemukan sebelumnya.³³

Menurut Muwafik (2020:57-59) bahwa menjelaskan mengenai media sosial facebook sangat memberikan banyak keuntungan dalam dunia bisnis, diantaranya :³⁴

1. Dapat menciptakan serta meningkatkan brand awarness apabila ketika kita memaksimalkan dalam penggunaan media sosial makabesar kemungkinan besar masyarakat akan mulai memberikan perhatiannya kepada penjualan pada produk yang telah dipasarkan melalui facebook dengan menggunakan foto dan video yang dipajang melalui *wall* atau dinding pengupload .Dengan ini fitur yang digunakan dapat berupa (update status, story dan informasi) pada postingan di laman facebook.
2. Dapat digunakan untuk membagikan informasi secara cepat dan juga efektif. Dengan menggunakan facebook, proses penyampaian informasi dari suatu produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat akan menjadi mudah dan cepat, hanya dengan menggunakan dan mengklik tombol share pada facebook informasi dapat tersebar secara meluas.

³²Andi Restulangi,2015, “Dampak Media Sosial Facebook Pada Kehidupan Remaja di Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa”, Skripsi, Makassar

³³Nyaki Everlena Sauyai, “Manfaat Jejaring Sosial Facebook Bagi Mahasiswa Asal Papua Universitas Sam Ratulangi Manado”, Vol VI, No. 2, Sumer 2017, hlm 7.

³⁴Muwafik , 2020. “Communipreneur (Model-model Komunikasi Kreatif di Era Industri 4.0)”. Malang : Inteligencia Media hal 57-59.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Membantu untuk mencari dan menentukan target calon konsumen, salah satu kelebihan yang dimiliki oleh adalah yaitu memiliki fitur *targeting* yang dapat menimbulkan berbagai informasi tentang konsumen yang akan dijadikan target pasar dalam dunia bisnis. Hal ini pula yang dapat dilakukan dengan cara yaitu dengan menambahkan fitur *location* atau memanfaatkan penggunaan *hashtag* atau *tagar* untuk memandai ketika sedang memulai promosi dengan memposting foto produk.
4. Melalui media sosial ini penjual dan konsumen dapat berhubungan langsung dengan komunikasi bisnis yang dilakukan. Dengan media sosial inilah tentu membuat penjual lebih mudah berkomunikasi dengan konsumen untuk saling berinteraksi mengenai keputusan dan kepuasan konsumen. Selain itu mendapatkan *feedback* secara langsung dari konsumen juga bisa didapatkan dari media sosial ini. Dimana dengan adanya komunikasi *timbal balik* dalam Facebook yang memudahkan masyarakat serta konsumen untuk memberikan penilaian baik berupa penilaian yang bersifat positif maupun negatif mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Biasanya dilakukan dengan menggunakan fitur *inbox (chat)* dan *komen* pada sebuah postingan.

Beberapa fitur dari Facebook yang dimanfaatkan oleh Dapoer Online Mama Zaskia dalam memasarkan produk adalah sebagai berikut³⁵:

- a. *Info (information)*
Adalah yang digunakan untuk memasukkan alamat dan kontak perusahaan, orang yang bertanggung jawab, jenis perusahaan, layanan dan informasi tambahan yang dianggap perlu.
- b. *Dinding (Wall)*
Merupakan fasilitas untuk *meng-update* status, kemudian untuk *testimoni* maupun *mengomentari status update*
- c. *Photo dan Video*
Yang digunakan untuk *mrng-upload* foto-foto produk-produk dagang, kegiatan yang diadakan, *testimoni*.

³⁵ Wawancara secara langsung dengan pemilik Dapoer Online Mama Zaskia 23 Mei 10 2023



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. *Share*

Adalah fitur yang digunakan untuk berbagi ke banyak orang dengan cara menandai orang yang ingin berbagi, maupun berbagi informasi *update*

e. *Status Update*

Fitur ini digunakan untuk memperlihatkan aktivitas apa yang kita lakukan, bisa juga untuk sebagai pemberian informasi produk

f. *Inbox*

Fitur kotak masuk yang berisikan pesan yang dikirimkan oleh pelanggan atau konsumen kepada seller atau penjual secara online.³⁶

Menurut Fikri Lukmanul beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mendongkrak bisnis melalui *facebook*, yaitu:

1. Facebook sebagai media riset pasar. Ketika akan menciptakan satu produk baru, maka sebelum produk diciptakan dan dijual ke pasar riset untuk mendapatkan feedback dari pasar mutlak diperlukan. Dengan menggunakan website dan facebook, penjual dapat menggali opini konsumen hanya dengan hitungan beberapa menit saja. Konsumen akan senang ketika opini mereka didengarkan oleh produsen. Interaksi yang terjadi melalui *facebook* memungkinkan terjadinya viral communication (komunikasi berantai) antar pengguna *facebook*. Jika cerdas memanfaatkan komunikasi yang terjadi, maka sudah melakukan analisis market yang menunjang penjualan produk atau penciptaan brand produk yang dibuat.
2. *Facebook* untuk branding, penghasil trafik dan penjualan. *Facebook* dapat digunakan untuk memajang produk yang dijual oleh pemasar.
3. Memanfaatkan group, *fans page*, *facebook marketplace* dan *facebook Ads*. *Facebook* bisa dimanfaatkan sebagai media penghasil uang di internet. Hal tersebut bisa dilakukan dengan mencoba layanan *facebook group*, *facebook page*, dan *facebook ads*. Layanan group dan page tidak jauh berbeda dengan layanan pertemanan biasa. Sedangkan *facebook marketplace* oleh pengolah *facebook* memang merupakan layanan iklan bayar pay per click

³⁶Suke toejoeh, Jimmy wahyudi Bharata & Al Kalam, *One Stop For All, Facebook*, (Jakarta PT. Elex Media Computindo, 2009)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang berarti harus membayar sebanyak berapa kali iklan di klik atau ditayangkan di facebook.³⁷

Menurut Yuherfizer (2009: 3) facebook memiliki beberapa kelebihan jika dibandingkan dengan aplikasi sejenis, diantaranya:

- a) Desain sederhana yang dimiliki facebook memudahkan penggunaannya
- b) Penempatan iklan yang baik tidak mengganggu pengguna saat mengakses facebook
- c) Menggunakan data sesungguhnya sebagai pengguna saat pertama kali masuk
- d) Privacy facebook juga menyediakan fitur keamanan untuk penggunaannya sehingga orang yang di setujui lah yang dapat melihat data pribadinya
- e) Terdapat aplikasi pihak ketiga guna mempermudah penggunaannya
- f) Fasilitas menandai foto dengan menyebut nama orang ada di foto maupun alamatnya yang ada di foto
- g) Konten web atau blog dapat ditampilkan secara langsung di facebook
- h) Dukungan koneksi secara mobile sehingga dengan koneksi mobile dapat digunakan kapan saja dan dimana saja
- i) Dapat mengutarakan pendapat di akun facebook orang lain
- j) Fitur microblogging dapat menampilkan suatu keadaan secara langsung yang mana bisa di respon secara langsung oleh pengguna lain
- k) Fitur pencarian teman yang mana pencarian tersebut dapat di atur sesuai yang kita inginkan. Contoh: pengguna facebook dapat mencari teman sesuai dengan alamat yang kita inginkan

Menurut Sulianta (2015: 38) ada beberapa yang bisa dilakukan untuk mempromosikan produk di facebook, diantaranya:

1. Membuat akun facebook khusus digunakan untuk promosi produk
2. Dapat membuat halaman website tentang produk yang dipromosikan
3. Selalu memposting tentang produk yang ditawarkan di facebook

³⁷Mujahidah, "Pemanfaatan Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Kominikasi", Komunikasi dan sosial keagamaan, vol XV, no 1, Summer 2013 hlm 111



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Dalam melakukan promosi, penjual harus aktif menyapa pengguna facebook lain. Supaya pengguna lain bisa mengenal produk yang di tawarkan

Menurut Helianhusonfri dalam bukunya Facebook Marketing (2016: 1-4), facebook termasuk flatform yang perlu dimanfaatkan bila ingin melakukan pemasaran online. Facebook bisa digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan ataupun target pasar. Facebook juga digunakan untuk mempromosikan produk bisnis yang dilakukan oleh:

- 1) Pemilik bisnis kecil dan menengah.
- 2) Pelaku industri kreatif. Misalnya desainer, penulis, pencipta lagu, seniman, maka bisa memanfaatkan facebook
- 3) Pemilik website. Facebook dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sumber traffic blog, maka banyak media-media yang memanfaatkan tersebut.

2.2.4 Teori AIDDA

Teori AIDDA merupakan teori pendekatan persuasi yang dikemukakan oleh Wilbur Schremm dalam bukunya berjudul “The Process and Effects of Mass Communication” 1998 memaparkan tentang, jika persusasi menghendaki efek yang baik maka prosedur atau prosesnya melalui cara *from attention to action*. Dalam proses ini komunikator harus berusaha untuk menumbuhkan kesadaran (*awarnnes*) di diri komunikan. Kemudian komunikan berusaha untuk membuat perhatian (*interest*) komunikan, supaya komunikan bekeingina untuk mengambil keputusan (*decision*) untuk selanjutnya terjadinya pelaksanaan atau tindakan (*action*).

Model perencanaan komunikasi AIDDA bersifat linear dan banyak digunakan adalah kependekan dari : *Awarness, interest, desire, decision, dan action*.

Kesadaran (*awarness*) merupakan langkah utama yang harus dilakukan oleh seorang pemasar atau penyuluhan kepada khalayak yang dijadikan target sasaran. Kesadaran ini yang tertuju pada produk, barang, atau ide (gagasan) yang ditawarkan. Untuk itu seorang pemasar harus mempunyai kemampuan untuk menunjukkan kegunaan barang yang ditawarkan kepada target (konsumen).³⁸

Perhatian (*interst*) yaitu munculnya minat target sasaran (khalayak) untuk mempunyai keinginanmemiliki barang yang

³⁸Hafied Cangara, “Perencanaan & Strategi Komunikasi”, (PT.Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013),78



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditawarkan pemasar. Perhatian bisa saja muncul dengan apa yang ditawarkan adalah sesuatu yang masih baru belum pernah dilihat sebelumnya. Selain karena manfaatnya juga bisa karena barang yang ditawarkan seperti kemasannya yang menarik sehingga dapat menimbulkan minat calon pembeli untuk memilikinya.³⁹

Keinginan (*desire*) merupakan sebuah proses yang terjadi setelah timbulnya perhatian bagi calon pembeli terhadap barang yang ditawarkan. Pembeli pada tahap ini mempunyai rasa keinginan untuk mempunyai setelah menimbang manfaat serta kegunaannya. Disini para pemasar berusaha untuk memberikan sentuhan kejiwaan (*psikologis*) calon pembeli dengan cara yang lebih persuasif sehingga keinginan makin tumbuh untuk memilikinya atau mengikuti jika yang ditawarkan berupa gagasan daripada seorang penyulu.⁴⁰

Keputusan (*decision*) yaitu sebuah tindakan yang dilakukan calon pembeli dalam bentuk eksekusi, yakni memutuskan untuk memiliki barang setelah menimbang manfaat serta melihat ketersediaan dana. Pada saat ini calon pembeli melakukan pengambilan secara tunggal. Tentu ini terjadi setelah proses kesadaran terhadap manfaat. Kesadaran terjadi akibat adanya perhatian terhadap kemasan, dan juga harga barang yang ditawarkan mampu dijangkau sehingga munculnya minat (*desire*).⁴¹

Tindakan (*action*) perlakuan yang dilakukan pembeli setelah mempunyai barang dalam bentuk sisi. Seperti mau mengonsumsi atau menggunakannya yang sesuai dengan harapan ketika akan memilikinya. Sudah tentu sebagai barang yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan untuk menciptakan kepuasan pada diri sendiri.⁴²

Dari teori tersebut bisa dijelaskan bahwa komunikasi yang efektif, terlebih dahulu komunikator harus berusaha untuk membangkitkan rasa kesadaran konsumen. Sehingga munculnya perhatian disusul dengan sebuah keinginan sehingga terjadilah tindakan atau keputusan dengan apa yang sudah dikomunikasikan. Berdasarkan itu teori AIDDA dirasa sesuai digunakan dengan masalah yang diangkat oleh peneliti sebagai teori pendamping.

³⁹*Ibid*

⁴⁰Hafied Cangara, “Perencanaan & Strategi Komunikasi”, (PT.Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013),78

⁴¹*Ibid*

⁴²Hafied Cangara, “Perencanaan & Strategi Komunikasi”, (PT.Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013),79



2.2.5 Promosi

Promosi adalah suatu gerakan yang harus dilakukan setiap usaha. Promosi yakni sejenis komunikasi yang memberi penjelasan meyakinkan pada calon konsumen mengenai barang maupun jasa. Tujuan dari promosi sendiri yakni untuk menarik perhatian, mendidik, meningkatkan calon konsumen. Sosial media juga mempunyai peluang besar untuk dilakukannya kegiatan berbisnis untuk menyusul kesuksesannya suatu usaha yang dirintis.⁴³

Menurut Rangkuti promosi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk memberitahukan keberadaan suatu produk tersebut kepada pembeli.⁴⁴ ini menjadi salah satu cara yang digunakan bagi pelaku usaha untuk menambah tingkat volume terhadap penjualan. Pada umumnya promosi yang telah dilakukan perusahaan memiliki dasar tujuan seperti modifikasi terhadap perilaku, memberikan informasi, membujuk/merayu, mengingatkan.⁴⁵

Kegiatan promosi memegang peranan penting dalam kegiatan pemasaran terutama dalam meningkatkan Traffic, maka dikenalah dengan sebutan promosi online secara sederhana promosi online erupakan kegiatan berpromosi yang dilakukan dengan menggunakan media internet. Promosi juga merupakan salah satu penentu keberhasilan dalam pemasaran sebuah produk. Tujuan kegiatan promosi adalah untuk memberitahukan mengenai produk, kemanfaatan, keunggulan, harga, atribut-atribut yang dimiliki dan cara memperolehnya. Tujuan yang dilakukan oleh pelaku usaha antar lain sebgaia berikut :⁴⁶

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁴³Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni, 2019, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)", Jurnal Common, Vol 3 no 1, hal 71

⁴⁴Rangkuti, F, 2009, "Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication ", Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

⁴⁵Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni, 2019, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)", Jurnal Common, Vol 3 no 1, hal 75

⁴⁶Siti Amana, "Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan" Jurna Lentera 13, no. 1 (2015): 58-75, hlm 65



2.3 Konsep Operasional

Konsep operasional adalah keterkaitannya sebuah teori dengan ruang lingkup serta ciri-ciri suatu konsep yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian. Dengan adanya konsep operasional ini pada penelitian dapat menggambarkan karakteristik dari variabel-variabel dan hal-hal yang di anggap penting. Berdasarkan penjelasan landasan teori diatas, oleh karena itu dapat dirumuskan konsep operasional yang akan memberikan kemudahan kepada penulis untuk mengetahui bagaimana Dapoer Online Mama Zaskia memanfaatkan Facebook sebagai media promosi dan apa kekurangan serta kelebihan nya dalam memanfaatkan media sosial terutama pada media sosial Facebook. Dengan hal tersebut, bahwa hal utamanya adalah adanya sebuah perantara dalam setiap promosinya yang dilakukan oleh DapoerOnline Mama Zaskia. Yang mana di masyarakat berkembang sebagaimana mengikuti teknologi yang juga ikut berkembang. Dari penemuan dalam bahasa, hingga ke internat semua telah dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Paparan teknologi secara tidak langsung maupun langsung mempengaruhi kehidupan sehari-hari baik pribadi maupun profesionalnya yang merupakan kajian ekologi media.⁴⁷

Dalam teori ekologi media mengkaji bagaimana media dan proses komunikasi mempengaruhi persepsi manusia, perasaan, pemahaman serta nilai-nilai yang dianut.⁴⁸ Pada hal ini kita dapat melihat bahwa pengaruh teknologi terhadap masyarakat merupakan ide utama yang ada dibalik teori ekologi media. Ide pokok utama dari teori ekologi media dapat ditinjau dari tiga asumsi yang menjadi landasan teori tersebut.⁴⁹

1. Media melingkup setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat. Pada asumsi pertama dari teori ekologi media, masyarakat tidak dapat melarikan diri di dalam kehidupan. Media sendiri melingkupi semua keberadaan masyarakat.
2. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita. Pada asumsi kedua ini, memandang media sebagai sesuatu yang langsung yang mempengaruhi manusia. Cara manusia memberikan penilaian, merasa juga beraksi yang cenderung dipengaruhi oleh media. Itulah mengapa kita menyebutnya ekologi. Ekologi adalah ilmu yang mempelajari tentang hubungan antara organisme dengan

⁴⁷Richard West, and Lyn H. Turner, "Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi", Jakarta: Salemba Humanik, 2010, hlm 180

⁴⁸Ibid, hlm 181.

⁴⁹Ibid, hlm 182.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lingkungannya. Media juga akan terus menerus berubah seiring dengan pertumbuhan dan dinamisme di masyarakat, dan akan berubah dengan kebutuhan masyarakatnya begitupun sebaliknya masyarakat juga akan berubah seiring mengikuti perubahan media.⁵⁰

3. Media menyatukan seluruh dunia.

Pada asumsi yang ketiga, menyatakan bahwa berbagai peristiwa dan hal yang terjadi di belahan dunia dapat diketahui dan menyebar ke belahan duni lain. Dampak dari hal itu, McLuhan menyebutkan manusia kemudian hidup di sebuah desa global. Media sosial seakan mengikat dunia menjadi sebuah kesatuan system politik, ekonomi, sosial dan budaya yang besar. Dalam konsep global village berarti tidak akan ada lagi batasan antar belahan dunia maupun untuk saling mengetahui kegiatan satu sama lain. Dalam hal ini pemanfaatan Facebook oleh Dapoer Online Mama Zaskia sebagai media promosi untuk dapat dikenal masyarakat secara luas dan cepat, saling dapat terhubung karena media sosial Facebook menjadi penyebab terhubungnya mereka dalam sebuah interaksi sehingga dengan media sosial dapat sesuatu yang diketahui terjadi, walaupun masyarakat berada di wilayah yang berbeda namun peristiwa yang terjadi diketahuinya melalui media sosial Facebook salah satunya.

2.4. Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan uraian secara ringkas teori yang digunakan dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab pertanyaan penelitian.⁵¹ Kerangka pemikiran ini bersifat operasional yang diturunkan dari satu atau beberapa teori yang akan didudukkan masalah penelitian yang diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan dan mampu mengungkap, menerangkan serta menunjukkan prespektif terhadap masalah penelitian. Untuk meningkatkan penjualan dalam suatu perusahaan perlu adanya melakukan pengenalan produk kepada calon konsumen pada usaha rumahan DapoerOnline Mama Zaskia. Di lain sisi untuk mempromosikan suatu produk perlu adanya media yang mendukung dengan baik itu melalui media modern maupun tradisional. Berhubungan dengan itu untuk meningkatkan promosinya perlu memanfaatkan mediabarua atau media sosial. Adapun kajian yang

⁵⁰Richard West, and Lyn H. Turner, "Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi", Jakarta: Salemba Humanik, 2010, hlm 182

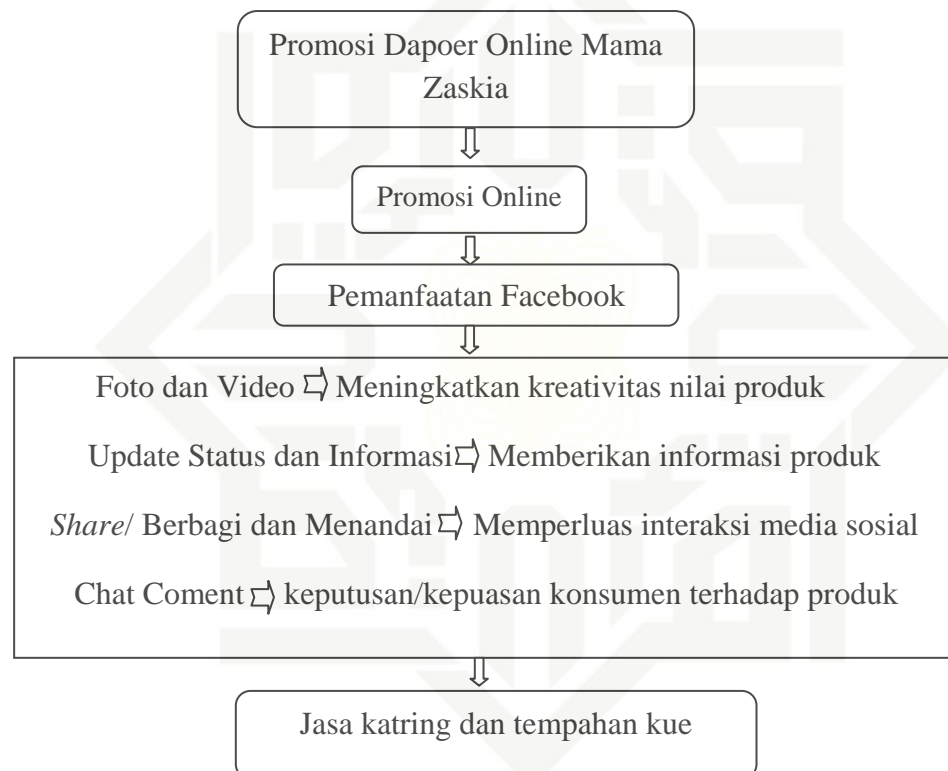
⁵¹Cik Hasan Bisri, *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2001, hlm 43.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkaitan dengan pemanfaatan Media Sosial Facebook dalam Promosi Dapoer Online Mama Zaskia di Desa Teluk Nayang kabupaten Rokan Hilir sebagai berikut: Media sosial facebook merupakan sebuah sarana yang banyak digemari oleh banyak orang karena dianggap sangat banyak membantu masyarakat dalam melakukan interaksi komunikasi yang jauh lebih efisien dengan sanak saudara serta rekan kerja.⁵²

Gambar 2.1. (kerangka pemikiran)



Sumber :Oleh Peneilti

Berdasarkan kerangka pemikiran yang sudah dibuat diatas, berguna untuk memaparkan jawaban yang ada pada rumusan masalah, yang dapat mencapai tujuan dari penelitian yaitu Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Dapoer Online Mama Zaskia di Desa Teluk Nayang.

⁵²Lauriensius Cahya Satria, *Penggunaan Media Sosial Facebook Dalam Proses Pembelajaran Pendidikan Agama Katolik Siswi kelas x SMA Stella Duce 2 Yogyakarta*, skripsi (Yogyakarta,2016), hln 15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif kualitatif merupakan prosedur penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis setra lisan dari objek dan perilaku yang diamati. Penelitian yang dilakukan ini bermaksud untuk memahami tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, serta tindakan dan lain-lain secara holistik dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.⁵³

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *Facebook* oleh Dapoer Online Mama Zaskia sebagai media promosi di bidang kuliner. Serta apa kelebihan dan kekurangan dalam memanfaatkan *Facebook* sebagai media untuk promosi bagi usahanya.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi dalam penelitian ini yang akan dilakukan pada Dapoer Online Mama Zaskia terletak di Teluk Nayang, kecamatan Pujud, kabupaten Rokan Hilir.

2. Waktu Penelitian

Menurut Sugiono, tidak ada cara yang mudah untuk menentukan berapa lama dalam melakukan penelitian yang dilaksanakan. Tetapi lamanya penelitian akan bergantung pada keberadaan sumber data dan tujuan penelitian yang akan dilakukan.⁵⁴

3.3. Sumber Data Informan Penelitian

Sutopo menjelaskan bahwa sumber data merupakan tempat data yang dapat diperoleh dengan menggunakan metode tertentu baik berupa

⁵³Lexy . J, Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Cet 2, 2006), hal. 6

⁵⁴Sugiyono, “*Memahami Penelitian Kualitatif*”, (Bandung: CV. Alfabeta, 2005) hlm 62



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

manusia, artefak, ataupun dokumen-dokumen sebagai sumber informasi. Menurut Moleong, pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan yang merupakan hasil dari gabungan antara kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Pada penelitian kualitatif, segala kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan untuk memperoleh suatu informasi yang nantinya diperlukan.⁵⁵

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan nanti dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan sumber data yang sudah lazim digunakan serta dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Yaitu untuk mendapatkan sumber data yang secara langsung dari tangan pertama kemudian memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dari penelitian ini yaitu melalui wawancara dengan pemilik DapoerOnline Mama Zaskia, pelanggan dan pengikut akun media sosial Facebook Zaskia Az Zahra sebagai owner Dapoer Online Mama Zaskia.

2. Data Sekunder

Yaitu sumber data yang tidak langsung diberikan data tersebut kepada pengumpul data. Seperti laporan-laporan, buku dan foto yang dapat menunjang penelitian ini. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari lokasi penelitian ataupun instansi terkait baik melalui dokumentasi yang berbentuk lporan-laporan, buku-buku ataupun hal lain yang masih berkaitan dengan permasalahan penelitian yang sedang diteliti dan dikaji⁵⁶

Untuk informan pada penelitian ini adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelau ataupun orang lain⁵⁷ yaitu pemilik dari Dapoer Online Mama Zaskia dan juga dari beberapa orang yang sudah berlangganan dengan Dapoer Online Mama Zaskia dan beberapa pengikut akun Facebook Dapoer Online Mama Zaskia.

⁵⁵Lexy . J, Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2001), hal 112

⁵⁶Cholid Narbuko,dkk, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005),hlm 83

⁵⁷Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana,2007),hlm 68



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.1 (Informan penelitian)

No	Informan	Sebagai
1.	Amanah	Pemilik Dapoer online mama zaskia
2.	Hidayatun	Pengguna jasa Dapoer online mama zaskia dan pengikut akun facebook Zaskia Az Zahra
3.	Arum rb	Pengguna jasa Dapoer online mama zaskia dan pengikut akun facebook Zaskia Az Zahra
4.	Amalia	Pengikut akun facebook Dapoer online mama zaskia, Zaskia Az Zahra
5.	Husnah Daulay	Pengikut akun facebook Dapoer online mama zaskia, Zaskia Az Zahra

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Maryadi dkk, Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teknik yang memungkinkan diperolehnya data detail dengan jangka waktu yang relatif lama. Sedangkan Sugiyono, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis sebelum memulai untuk melakukan penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.⁵⁸ Pengumpulan data merupakan teknik yang dapat digunakan oleh para peneliti untuk mendapatkan data yang akan diperlukan dari informan dengan memerlukan banyak waktu dalam pelaksanaannya. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data serta informasi sebagai bahan utama yang objektif dan relevan.⁵⁹

1. Metode Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal apa saja dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit. Pada metode ini, peneliti menanyakan serangkaian pertanyaan yang sudah tersusun secara global yang kemudian akan diperdalam nantinya secara lebih lanjut. Selain itu metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang

⁵⁸Sugiyono, "Memahami Penelitian Kualitatif", (Bandung: CV. Alfabeta, 2005) hlm 62

⁵⁹Sugiyono, "Memahami Penelitian Kualitatif", (Bandung: CV. Alfabeta, 2005) hlm 62



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkaitan tentang bagaimana pemanfaatan facebook oleh Dapoer Online Mama Zaskia terhadap media promosi di bidang kuliner.

2. Metode Observasi

Observasi merupakan suatu metode ilmiah yang biasa dilakukan oleh peneliti yang dapat diartikan sebagai pengamatan dan mencatat dengan sistematis fenomena-fenomena yang akan diselidiki⁶⁰ dalam hal ini peneliti menggunakan observasi partisipan yang berpedoman kepada desain penelitiannya harus mengunjungi lokasi, yaitu dengan teknik pengumpulan data dimana peneliti mengamati secara langsung.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, buku-buku dan notulen dari rapat yang berhubungan dengan masalah penelitian⁶¹ dokumentasi adalah cara pengumpulan data dengan memanfaatkan asrip, catatan, gambar, film, foto, dan informasi yang disimpan ataupun di dokumentasikan. Yang mana dalam dokumen tersebut berisi berupa catatan penting yang berhubungan dengan topik masalah yang memungkinkan pengolahan data secara lengkap dengan menggukan buku dan dokumen yang saling berhubungan⁶²

3.5 Validasi Data

Pada penelitian kualitatif, instrumen utamanya adalah manusia, dikarenakan yang akan diperiksa adalah keabsahan datanya⁶³ validasi data digunakan untuk memperoleh keabsahan data dengan menganalisis data tersebut baik dalam pencarian maupun menyusun dengan sistematis, data yang diperoleh pun berasal dari hasil wawancara, catatan lapangan, serta lainnya, sehingga dapat mudah dipahami.

Validasi data adalah data yang telah dikumpulkan yang dapat menggambarkan realita yang akan diungkapkan oleh peneliti.⁶⁴ Data yang sudah terkumpul merupakan modal awal yang sangat berarti dalam sebuah

⁶⁰Sutrisno Hadi, "Metodologi Reasearch", (Yogyakarta: Andi Offset,1993), hlm 136

⁶¹Margono, "Metodologi Penelitian Pendidikan", (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm.192

⁶²Farida Nugrahani, "Metode Penelitian Kualitatif". (Solo : Cakra Books, 2014), hlm 143

⁶³Nusa Pura dan Ninun Dwilestari "Penelitian Kualitatif: Pendidikan Anak Usia Dini" (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012),hlm. 87

⁶⁴Afrizal, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2005),hlm 167



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian, kemudian dari data tersebut akan dianalisis selanjutnya dipakai sebagai bahan masukan sebagai penarikan kesimpulan.⁶⁵

Dalam penelitian kualitatif menguji kredibilitas data penelitian peneliti menggunakan teknik Triangulasi. Triangulasi adalah suatu pendekatan analisis data yang mensintesa data yang didapat dari berbagai sumber atau informan.⁶⁶ Triangulasi adalah upaya pemeriksaan validasi data dengan memanfaatkan hal lain yang berada diluar data untuk keperluan sebagai pengecekan ataupun sebagai pembanding. Dengan demikian terdapat beberapa bagian dari triangulasi :

1. Triangulasi Sumber

Dalam triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara pengecekan data yang sudah diproses melalui beberapa sumber

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada sumber dengan cara berbeda.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu juga sering berkaitan dengan kredibilitas data dan sangat berkaitan dengan keefektifitasan waktu. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara pada pagi hari dan pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah yang di hadapinya, akan memberikan data yang lebih valid dan jelas lagi sehingga lebih kredibel. Oleh karena itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan cara wawancara, observasi atau teknik lainnya dalam waktu ataupun situasi yang berbeda.⁶⁷

Jadi dalam menguji keabsahan peneliti menggunakan Triangulasi metode yang dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode dalam mengumpulkan data, apakah informasi yang telah didapat dengan melakukan metode wawancara sama dengan metode observasi atau mungkin hasil observasi sesuai dengan

⁶⁵Bachtiar S Bachri, *Meyakinkan Validasi Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*, Universitas Negeri Surabaya, hlm 54

⁶⁶Bachtiar S Bachri, *Meyakinkan Validasi Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*, Universitas Negeri Surabaya, hlm 55

⁶⁷ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 125



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

informasi yang di dapatkan ketika melakukan wawancara oleh narasumber dan saat melihat dokumentasi yang ada.⁶⁸

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah proses untuk penyederhaan data yang sudah terkumpul kedalam bentuk yang lebih sederhana lagi dengan tujuan agar lebih mudah dibaca dan di interprestasikan.⁶⁹ Teknik analisi data ini dilakukan bertujuan untuk menganalisa data yang sudah terkumpul dalam penelitian. Setelah semua data yang ada di lapangan telah terkumpul dan disusun secara sistematis, maka tugas penulis berikutnya adalah melakukan analisa terhadap data tersebut.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dengan menggunakan analisa deskriptif kualitatif yaitu setelah semua data berhasil terkumpul kemudian dilakukan penganalisaan secara kualitatif lalu digambarkan kedalam bentuk uraian maka penulis menjelaskan dengan rinci dan sistematis sehingga dapat memunculkan gambaran secara utuh dan dapat dipahami secara jelas pada kesimpulan akhirnya.

⁶⁸M. Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2007), hlm 275

⁶⁹Marsi Singabuan, *Metode Penelitian Survai*, (Jakarta : LPS, 2006), hlm 263

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Dapoer Online Mama Zaskia

Dapoer Online Mama Zaskia merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa katering dan tempahan kue. Dapoer Online Mama Zaskia didirikan sebagai suatu bidang yang sangat dibutuhkan dan disenangi oleh masyarakat yang dipromosikan melalui Media Sosial *Facebook*. Melalui akun Media Sosial *Facebook* Zaskia Az Zahra sangat update untuk setiap kegiatan yang dilakukannya. Pada awal mulanya ibu Amanah selaku owner dari Dapoer Online Mama Zaskia sebelumnya sudah membuka jasa katering dan tempahan sejak tahun 2016 yang dibukanya di depan rumah di Teluk Nayang, kabupaten Rokan Hilir dengan selebaran poster sebagai tanda agar orang mengetahui.

Pada tahun 2019 ibu Amanah mulai membuka lapak online di Media Sosial *Facebook* bertujuan untuk memperluas mempromosikan jasa yang ada pada usahanya, karena dinilai memiliki peluang bagus untuk dijadikan ladang usaha jasa katering dan tempahan kedepannya. Dari kemampuan untuk membuat beragam olahan makanan yang di kuasanya, ibu Amanah berinisiatif mengembangkan usahanya dengan memperbanyak inovasi kreatif dengan menambah jenis daftar menu dan menciptakan produk olahan baru dengan sentuhan dekorasi yang menarik seperti membuat nasi tumpeng komplit dengan dekor cantik, brownies glaze lumer, cake karakter ulang tahun. Hal itu kemudian dilakukannya promosi melalui akun Media Sosial *Facebook* pribadi secara rutin dan terus menerus dengan postingan berupa foto pesanan tempahan cake dengan beragam karakter sesuai permintaan, video dan live streaming kegiatannya yang mana tujuannya untuk bisa dikenal, serta mendapatkan perhatian dan digunakan oleh masyarakat khususnya masyarakat di Teluk Nayang, Kabupaten Rokan Hilir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.1: Screenshot Unggahan tempahan nasi tumpeng Dapoer Online Mama Zaskia Pada 1 Mei 2023

Penggunaan Facebook yang masih diminati banyak masyarakat setempat, memberikan dampak positif untuk segala promosi yang dilakukan oleh Dapoer Online Mama Zaskia mulai dikenal banyak dan digunakan jasanya baik yang berada di Teluk Nayang dan tempat lainnya yang ada di kabupaten Rokan Hilir. Sejak awal promosinya melalui facebook dilakukan usaha ini banyak respon positif dari konsumen, ini dikarenakan selain rasa dan bahan yang terjamin juga penawaran promo yang diberikan pada setiap hari jumat maupun untuk jenis pemesanan sesuai minimal belanja partai besar maupun kecil kepada konsumen, yang diunggah pada media sosial Facebook Dapoer Online Mama Zaskia.



Gambar 4.2: Screenshot Unggahan promo di Akun Facebook Dapoer Online Mama Zaskia pada 4 Mei 2023

Sumber: Akun Facebook Zaskia Az Zahra

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.3: Screenshot Unggahan Promo di Akun Facebook Dapoer Online Mama Zaskia pada 17 Mei 2023

Sumber: Akun Facebook Zaskia Az Zahra

Dengan penggunaan media sosial Facebook yang masih digemari oleh masyarakat saat ini membuat Dapoer Online Mama Zaskia lebih aktif memposting setiap kegiatan yang dilakukan. Dari postingan yang di unggahnya pada akun Facebook pengikut maupun sesama pengguna Facebook dapat melihat dan tertarik untuk menggunakan jasa Dapoer Online Mama Zaskia ini yang memudahkan masyarakat untuk menggali informasi mengenai layanan jasa katering dan tempahn tanpa harus membuang waktu banyak.hal inilah yang membuat masyarakat semakin mengenal dan mengetahui Dapoer Online Mama Zaskia dengan menggunakan jasanya, maha hal tersebut menciptakan perkembangan cukup pesat padausaha jasa katering tempahan ini. Untuk akun Facebook Zaskia Az Zahra saat ini sudah memiliki 3.750 teman atau pengikut.

4.2 Profil Dapoer Online Mama Zaskia

Nama Perusahaan : Dapoer Online Mama Zaskia

Alamat : Teluk Nayang, kecamatan Pujud, kabupaten Rokan Hilir, Riau.

Telp/ Whatsapp : 081276553786

Facebook : Zaskia Az Zahra

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.4 : Unggahan Foto sampul Akun *Facebook* Zaskia Az Zahra
Sumber : Akun *Facebook* Zaskia Az Zahra

4.3 Struktur Perusahaan

Struktur perusahaan adalah bentuk koordinasi bagian organisasi internal yang penting bagi manajemen perusahaan itu sendiri untuk mencapai tujuan yang sudah ditargetkan bersama melalui pembagian kerja serta fungsi melalui wewenang dan tanggung jawab. Pada setiap perusahaan memiliki struktur yang memungkinkan perusahaan untuk menjadikan standar prosedur kerja yang mengkhususkan tugas terkait dengan proses produksi. Dengan demikian dalam perusahaan memberikan batasan yang jelas tentang tanggung jawab yang harus diemban oleh setiap bagiannya. Sehingga dapat berjalan dengan baik dan sesuai harapan yang tepat. Struktur perusahaan Dapoer Online Mama Zaskia adalah sebagai berikut:



Gambar 4.5: Struktur Organisasi Dapoer Online Mama Zaskia



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun dari gambar 4.5 Dapoer Online Mama Zaskia dapat diketahui tugas dari masing-masing bagian di dalam organisasi tersebut yaitu sebagai berikut :⁷⁰

1. Owner selaku pemilik, perintis usaha, konseptor dalam proses pembuatan ide, menentukan kreativitas yang sesuai dengan yang dibutuhkan dalam usaha, serta owner juga memiliki hak untuk membuat aturan kerja, melakukan perubahan mulai dari penentuan harga, jam kerja sampai sistem kinerja. Untuk owner dari Dapoer Online Mama Zaskia yaitu Ibu Amanah.
2. Produksi merupakan bagian yang bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan produksi mulai dari pemilihan bahan baku, pembuatan produksi awal hingga sampai ke olahan yang siap di konsumsi, pemeliharaan mesin-mesin dan peralatan produksi secara berkala.
3. Jasa pengantar memiliki wewenang penuh atas tersampainya pesanan ketangan konsumen dengan aman untuk jasa pengantar Bapak Saidir.
4. Admin merupakan bagian yang berpengaruh untuk pemanfaatan Facebook sebagai media promosi dimana admin mengambil penuh kendali bagaimana promosi yang mudah dikenal dan menarik. Untuk admin dari Dapoer Online Mama Zaskia yaitu Ibu Amanah.

4.4 Spesifikasi Dapoer Online Mama Zaskia

Spesifikasi perusahaan Dapoer Online Mama Zaskia adalah sebuah jasa layanan katering dan tempahan di bidang kuliner yang didirikan untuk membantu serta memudahkan masyarakat untuk membuat paket konsumsi dalam jumlah partai besar maupun kecil untuk disetiap acara atau hajatan sesuai kebutuhan yang konsumen inginkan.

- a. Produk

Beberapa koleksi foto produk yang dihasilkan antara lain :

⁷⁰Wawancara Pribadi dengan Amanah, Pemilik Dapoer Online Mama Zaskia, 23 Mei 2023



Gambar : 4.6 : sampel foto nasi tumpeng
Sumber : Dapoer Online Mama Zaskia



Gambar 4.7 : sampel foto jajanan kekinian mille crepes
Sumber : Dapoer Online Mama Zaskia



Gambar 4.8 : sampel foto donat topping melimpah
Sumber : Dapoer Online Mama Zaskia

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.9: sampel nasi ayam bakar
Sumber : Dapoer Online Mama Zaskia



gambar 4.10 : sampel foto frozen food ayam
Sumber : Dapoer Online Mama Zaskia



Gambar 4.11 : sampel foto frozen food lele
Sumber : Dapoer Online Mama Zaskia



Gambar 4.12 : sampel brownies lumer
Sumber : Dapoer Online Mama Zaskia

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

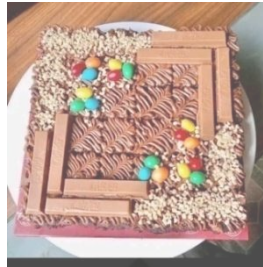
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.13 : sampel cake dekor ultah
Sumber : Dapoer Online Mama Zaskia



Gambar 4.14 : sampel ayam bakar maknyus
Sumber : Dapoer Online Mama Zaskia

b. Jam buka

Berdasarkan hasil wawancara owner dapoer Online Mama Zaskia diketahui bahwa memiliki jam operasional setiap hari. untuk lebih jelas rinciannya dapat dilihat pada uraian berikut:

Hari	Jam
Senin	08.00-17.00
Selasa	08.00-17.00
Rabu	08.00-17.00
Kamis	08.00-17.00
Jumat	08.00-17.00
Sabtu	08.00-17.00
Minggu	08.00-17.00

c. Lingkungan fisik

Lingkungan fisik adalah situasi kondisi atau keadaan yang ada dilamannya.



Gambar 4.15 : stand Dapoer Online Mama Zaskia
Sumber : Dokumentasi Peneliti

jika sedang melakukan kegiatan produksi ataupun hasil karya produksi seperti tumpeng, cake dekor ultah, brownies lumer akan di unggah melalui akun Facebook Zaskia Az Zahra untuk unggahannya merupakan hasil *realpict* produksi sendiri dari Dapoer Online Mama Zaskia. Untuk kegiatan proses produksinya sendiri terkadang melakukan siaran langsung di Facebook. dengan unggahan kegiatan dari Dapoer Online Mama Zaskia dapat menunjukkan bagaimana pelayana yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan keinginan pesanan yang mana dengan berbagai *request* dari pelanggan ini akan mudah dikenal masyarakat dengan ciri khasnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikis kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Setelah penulis mempelajari dan melakukan analisa dari hasil temuan penelitian dalam skripsi yang berjudul Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Dapoer Online Mama Zaskia di Desa Teluk Nayang Kabupaten Rokan Hilir. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial Facebook oleh Dapoer Online Mama Zaskia sebagai berikut :

1. Dalam pemanfaatan media sosial facebook oleh Dapoer Online Mama Zaskia menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada facebook. pada indikator foto dan video dapoer online mama zaskia menggunakan beragam bentuk kreasi berupa dekorasi yang di aplikasikan pada produknya serta memperhatikan latar belakang dari lokasi foto yang akan di jadikan background untuk pengambilan gambar sebagai cara untuk menarik masyarakat.
2. Dalam Update status dan informasi merupakan salah satu aktivitas yang digunakan untuk menyebarkan informasi tentang produk kepada masyarakat, berupa alamat, harga dan keterangan produk. Selain itu dalam melakukan aktivitas ini Dapoer online mama zaskia menggunakan caption berupa kata-kata yang dapat menarik dan mempengaruhi berupa dengan pemberian promo atau discount pada konsumen dengan minimal pembelisan seperti beli dua gratis satu, biasa jugaberupa potongan harga khusus hari tertentu.
3. Untuk memperluas interaksi kepada masyarakat dan konsumen Dapoer online mama zaskia melakukakan aktivitas menandai dan berbagi sebagai cara untuk menambah peningkatan penjualan dan interaksi yang mana cara ini disara efektif untuk dilakukan bagi Dapoer online mama zaskia dan dengan berbagi ulang dapat menampilkan postingan yang telah diunggah, terlihat kembali pada beranda orang lain.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Dalam mengambil keputusan konsumen kerap kali melakukan komunikasi kepada penjual melalui chat massanger dan kolom komentar pada postingan yang ada pada facebook. Maka dari itu Dapoer online mama zaskia menggunakan chat dan komen sebagai media berkomunikasi kepada konsumen sebagai cara yang efisien digunakan untuk merespon secara cepat kepada para pelanggannya.

6.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di jabarkan pada bab sebelumnya, maka dari itu peneliti memiliki saran untuk disampaikan pada lokasi atau tempat penelitian yang sekiranya dapat di lakukan peningkatan kualitas produk dan promosi oleh pihak pemilik usaha sebagai berikut :

1. Kepada pihak pemilik usaha diharapkan agar lebih dapat meningkatkan lagi konten yang di gunakan dengan memanfaatkan fitur terbaru yang ada pada Facebook sehingga lebih mudah untuk meningkatkan penjualan dan pengenalan produk kepada masyarakat, serta meningkatkan interaksi dengan lebih luas lagi. Sehingga kemudian akan lebih menjangkau target pasar lebih luas dan semakin berkembang. Selain itu juga harus sering melakukan promosi produk sendiri melalui media sosial facebook ataupun aplikasi media sosial lainnya baik dalam bentuk apapun, dengan demikian customer akan lebih mengetahui tentang apa saja mengenai informasi terbaru dari Dapoer Online Mama Zaskia.
2. Selain memephatikan produk dan promosi pihak Dapoer Online Mama Zaskia juga harus memperhatikan kebersihan dan kerapihan dari rumah produksi mereka agar tetap selalu higienis. Sehingga nantinya akan memberikan kenyamanan terhadap pelanggan.
3. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan kepada peneliti selanjutnya setelah membaca penelitian ini untuk dapat meneliti hal yang berkaitan namun berbeda terutama dalam pemanfaatan media sosial facebook sebagai media promosi.
4. Dapoer Online Mama Zaskia diharapkan untuk lebih untuk dapat menjadikan lebih menarik lagi bagi masyarakat dan usahanya sehingga dapat meningkatkan kreativitas dalam usaha dan minat lebih dalam menggunakan jasa dari dapoer online mama zaskia, dan juga dapat menambah jumlah pengikut pada akun Facebook.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan Mahdi, Mujahidin. 2014. *Panduan Penelitian Praktis Untuk Menyusun Skripsi, Tesis dan Diserta*. Bandung :Alfabeta
- Afrizal. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif:Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Albar Umami Arifah. 2020. “*Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dan Instagram Dalam Promosi Produk Ketan Talam Durian Pada Rumah Kue Viera di Pekanbaru*”. Skripsi
- Ambo Ridho Azlam. 2018. “*Strategi Pemasaran Online(Studi Kasus Facebook Marketing Warung Bakso Mas Cingkrank di Makassar)*. Jurnal Komunikasi KAREBA
- Amana, Siti. *Peranan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*. Jurnal Lentera, 2015
- Anggraini Ulfa Dwi. 2022. “*Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Satria Production Kabupaten Indragiri Hulu*”. Skripsi
- Bisri, Cik Hasan. 2001. *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Bungin, Burhan.2007.*Penelitian Kualitatif,Ekonomi, Kebijakan Public dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group
- Cholid, Naburko.,dkk.2005.*Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara
- Cangara, Hafied.2013. “*Perencanaan & Strategi Komunikasi*”, Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada
- Effendy Onong Uchjana. 2006. “*Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*”. Bandung: Rosdakarya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Febriyanti Elis, dkk. 2017. *“Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Pemasaran Produk”*. Jurnal: Citisee
- Firmansyah M. Anang. 2022. *“Komunikasi Pemasaran”*. Jawa Timur : CV. Penerbit Qiara Media
- Hasan Rafie. 2020. *“Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Pemasaran Paket Umroh PT Hajar Asawat Mubaraq Kabupaten Siak”*. Skripsi
- Kurniawan Andi. 2022. *“Pemanfaatan Media Sosial Facebook Oleh UMKM Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Produk Di Dusun Suka Sari Di Desa Rantau Sakti”*. Skripsi
- Kurniawati Ferlin, Maulida Nurhidayati. 2021. *“Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Bisnis Dalam Usaha Meningkatkan Jumlah Penjualan Bagi Ibu-Ibu Pkk Kelurahan Bangunsari Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun ”*. Loyalitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol. IV No. 2
- Lauriensius Cahya Satria, *Penggunaan Media Sosial Facebook Dalam Proses Pembelajaran Pendidikan Agama Katolik Siswi kelas x SMA Stella Duce 2 Yogyakarta*, skripsi (Yogyakarta,2016)
- Luecke.2003. *Managing Creativity and Innovation*. Boston :Harvard Business School Publishing
- Marvianta, YB Andre. dkk. 2013.“ *Arti Penting Kreativitas Terhadap Penciptaan Ide Bisnis Studi Kasus Pada Mahasiswa Fe-ukrida, Jakarta”*. Jurnal
- Margono.2000. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Masri Singabuan. 2006. *Metode Penelitian Survei*.Jakarta : LPS
- Mcquail, Denis. 2011. *“Teori Komunikasi Massa”*. Jakarta : Salemba Humanika

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Moleong Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2001.
- Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Muwafik , Akhmad Saleh, dkk.2020. “*Communipreneur (Model-model Komunikasi Kreatif di Era Industri 4.0)*”. Malang : Inteligensia Media .
- Nainggolan Yunita, dkk. 2018. “*Prnggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kalimantan Timur*”. *E Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial, Prefektif Komunikasi, Budaya, dan Sosipteknologi*. Bandung : Simbiosis Rektama Media.
- Nugrahani Farida. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books
- Norhabibah Fitri, Sukma Ari Ragil Putri. 2018. “*Hubungan Intensitas Akses Media Baru dan Interaksi Lingkungan Sekitar Sekitar Pada Mahasiswa UNTAG Surabaya*”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Nusa Pura dan Ninun Dwilestari. 2012. *Penelitian Kualitatif: Pendidikan Anak Usia Dini*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Purbohastuti Arum Wahyuni. 2017. “*Efektifitas Media Sebagai Media Promosi*”. Tirtayasa EKOMOMIKA
- Puspitarini, Dinda Sekar, Reni Nuraeni. 2019. “*Pemanfaatan Media Sosial sebagai Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)*”. *Jurnal Common: Telkom University*
- Rangkuti F. 2009. “*Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*”. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Restulangi Andi. 2015. “*Dampak Media Sosial Facebook Pada Kehidupan Remaja Di Kecamatan Tombolopao kabupaten Gowa*”, Skripsi. Makassar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Richard West, and Lyn H. Turner. 2010. *“Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi”*. Jakarta: Salemba Humanik

Saputra Bayu. 2022. *“Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dalam Membantu Dompot Duafah Mengedukasikan Zakat”*. Skripsi

Sugiyono. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta, 2005.

Sutrisno, Hadi. 1993. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset

Suyanto Bagong, Sutinah. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta : Kencana

Syahrullah, dkk. 2021. *“Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadi”*. Jurnal Pilar : Jurnal Kajian Islam Kontemporer

Sya’bania Cindie Feroza, Desy Misnawati. 2020. *“Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan”*. Jurnal Inovas

Tharif Afif Shafwan. 2022. *“Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mengembangkan Usaha Pempek Masagus di Bangkinang Kota Kabupaten Kampar Menurut Ekonomi Syariah ”*. Skripsi

Timor Verdha Ritno. 2015. *“Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Pada Buck Photography*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wahyuningtiyas Meti. 2021. *“Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk UMKM (Studi Kasus Sejoli Jamu Instan Di Desa Paringan Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo)”*. Skripsi

Watie Errika Dwi Setya. 2011. *“ Komunikasi dan Media Sosial”*. The Messenger: Universitas Semarang

Wogo Afra Nio. *“Penggunaan Instagram dan Facebook Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Sahabat Ponsel Duta Mall Banjarmasin”*. Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Aljabanjari Banjarmasin

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran I : Daftar Pertanyaan

A. Foto dan Video

1. Menurut anda bagaimana cara mengembangkan kreativitas dalam promosi melalui facebook?
2. Dalam upaya mengembangkan kreativitas untuk promosi, bagaimana penggunaan fitur foto dan video untuk meningkatkan kreativitas dalam promosi ?
3. Apakah dengan menggunakan foto dan video serta meningkatkan kreativitas pada produk dapat menabalkan brand awareness ?

B. Update Status dan Informasi

1. Bagaimana cara mengembangkan pemirsa dan interaksi dalam promosi yang dilakukan di facebook ?
2. Bagaimana penulisan informasi pada caption postingan informasi apa saja yang di berikan ?
3. Apakah update status sangat diperlukan dalam melakukan promosi melalui facebook dan bagaimana cara menarik konsumen agar menggunakan jasa dan apa saja yang dilakukan

C. Menandai dan Share

1. Bagaimana cara mengembangkan pemirsa dan interaksi dalam promosi yang dilakukan di facebook ?
2. Apakah dengan melakukan kegiatan menandai dan share dapat meningkatkan jumlah pengikut dan penjualan ?
3. Apakah menandai dan berbagi yang di lakukan efektif dapat mengundang orang lebih sering berkunjung ke profil anda, untuk meningkatkan pemirsa dan berinteraksi dengan banyak orang di facebook

D. Chat dan Komen

1. Dimana biasanya melakukan interaksi dengan pelanggan mengenai keputusan untuk membeli atau menggunakan jasa anda dan bagaimana anda merespon kembali agar mendapatkan feedback ?
2. Apakah semakin banyak orang merespon postingan semakin banyak peluang untuk penjualan ?



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

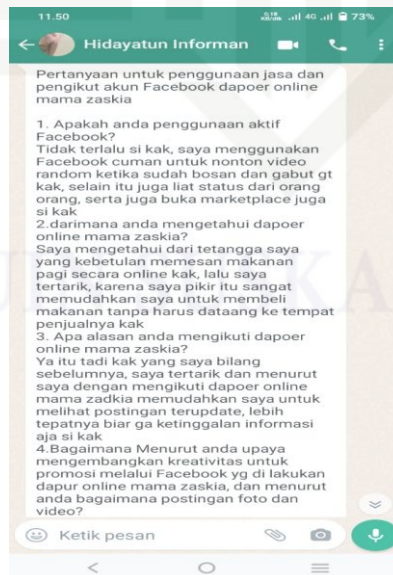
Lampiran II

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara pemilik Dapoer Online Mama Zaskia

Sumber : Dokumentasi peneliti 23 Mei 2023

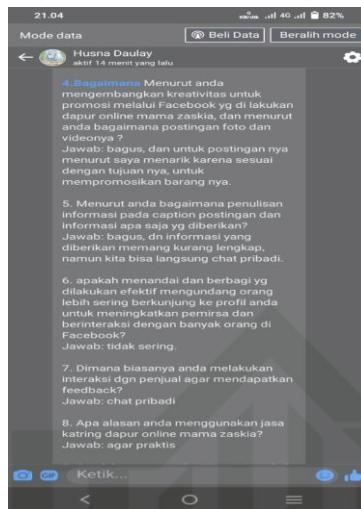


Wawancara dengan informan melalui Whatsapp

Sumber: Dokumentasi peneliti 8 juni 2023

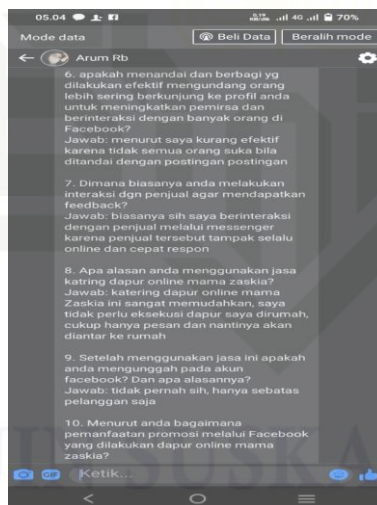
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengizinkan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara dengan informan melalui Massanger

Sumber: Dokumentasi peneliti 8 juni 2023

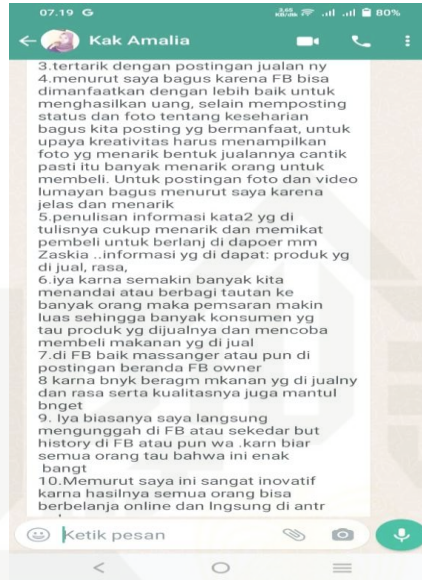


Wawancara dengan informan melalui Massanger

Sumber: Dokumentasi peneliti 8 juni 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Wawancara dengan informan melalui Whatsapp

Sumber: Dokumentasi peneliti 8 juni 2023

BIOGRAFI PENULIS



Alfatu Hasanah adalah nama penulis skripsi ini, lahir di Teluk Nayang pada tanggal 26 Agustus 2001, merupakan anak dari pasangan bapak Muhammad Imron Rosadi dan ibu Cici Nurhayati . Penulis ini merupakan anak ke tiga dari empat bersaudara. Beralamat di Desa Teluk Nayang, Kecamatan Pujud , Kabupaten Rokan Hllir.Riwayat Pendidikan penulis yaitu penulis menempuh pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 005 Teluk Nayang (lulus pada tahun 2013) melanjutkan Pendidikan sekolah menengah pertama SMP N 1 PUJUD (lulus pada tahun 2016), lalu melanjutkan pendidikannya ke sekolah menengah atas SMAN 1 PUJUD (lulus pada tahun 2019).

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan Strata Satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi dengan mengambil jurusan Ilmu Komunikasi S1 konsentrasi Broadcasting (BR) pada tahun 2019.Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir dengan judul skripsi “Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Dapoer Online Mama Zaskia Di Desa Teluk Nayang Kabupaten Rokan Hilir, Sehingga pada kamis kamis 14 September 2023 penulis dinyatakan lulus dalam Pendidikan strata 1 (S1) dan menyandang gelas sarjana ilmu komunikasi (S.I.Kom).