

Junildo De Jesus Ximenes

by UNITRI Press

Submission date: 12-Jul-2023 08:40AM (UTC+0700)

Submission ID: 2009765699

File name: Junildo_De_Jesus_Ximenes.docx (45.45K)

Word count: 777

Character count: 5041

**PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
PEMASARAN PRODUK TEMPE DI DESA BEJI
KECAMATAN JUNREJO KOTA BATU**

SKRIPSI



**OLEH :
JUNILDO DE JESUS XIMENES
2019310019**

RINGKASAN

6
Perkembangan informasi dan teknologi di era 4.0 ini sudah berkembang dengan jauh lebih baik dibandingkan sama jaman yang dulu, karena adanya teknologi media online melalui jaringan internet maka semua orang di seluruh dunia sudah tidak khawatir lagi dengan waktu, batas dan tempat. Semua orang saat ini sudah lebih cenderung berkomunikasi dan menyampaikan informasi kepada satu sama lain melalui media sosial.

Dalam perubahan teknologi komunikasi dan juga informasi saat ini melalui media sosial sudah sangat potensial digunakan banyak orang dan juga bisa diakses dimanapun dan kapanpun. Media sosial sudah sangat potensial oleh pelaku usaha mikro maupun usaha makro. Pelaku usaha menggunakan media sosial sebagai teknis yang sangat penting dalam usaha yang dijalankan. Media sosial memiliki keunggulan dalam pemasaran suatu produk melalui media online, karena biaya yang lebih efisien atau biaya yang lebih murah jika dibandingkan dengan sewa suatu toko. Untuk memasarkan suatu produk juga biaya lebih murah dan pasar yang lebih luas karena semua orang sudah akses berbagai jenis media sosial.

Media sosial juga berperan sebagai media promosi dengan harga yang murah dan lebih fleksibel untuk mempromosikan melalui media sosial. Keunggulan media sosial sebagai media promosi yaitu; semua produk yang dipromosikan melalui media online.

Media sosial berperan sebagai media komunikasi dengan tujuan, pelaku usaha bisa menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan untuk memberikan informasi yang mengenai produk yang ingin disampaikan kepada pelanggan. Pelaku usaha sudah tidak perlu membayar biaya transportasi untuk ketemu dengan pelanggan dalam berbisnis karena tidak perlu ketemu secara tatap muka. Pelaku usaha sudah tidak perlu mengkhawatirkan adanya batas dan waktu karena media sosial sudah mempermudah bagaimana bisa memberikan informasi kepada pelanggan.

Adapun beberapa kelemahan menggunakan media sosial dalam pemasaran suatu produk yaitu; pelanggan tidak ada kesempatan untuk mencoba produk tersebut sebelum membeli, sehingga para konsumen atau pelanggan terkadang tidak puas karena produk tersebut tidak sesuai dengan keinginan mereka. Pengiriman produk terkadang tidak tepat pada waktu yang ditentukan sehingga menimbulkan komplain dari pelanggan atau konsumen.

Kata Kunci: Peranan Media Sosial, Meningkatkan, Pemasaran Tempe

LATAR BELAKANG

1.1. Pendahuluan

Perkembangan informasi bergerak sangat cepat, dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, manusia sudah tidak lagi mengkhawatirkan lagi waktu, ruang dan jarak. Dalam berkomunikasi semua orang sudah cenderung menggunakan social media sebagai teknis komunikasi yang sangat mudah dan fleksibel. Di era 4.0 teknologi sudah melahirkan internet, internet adalah hasil dari teknologi informasi; secara sederhana, yaitu adalah Bahasa jaringan komputer global. Berbagai organisasi bisnis sudah semakin banyak yang menggunakan teknologi internet, sebagai akibat dari perubahan teknologi di era ini yang telah berkembang sangat pesat.

Teknis pemasaran melalui elektronik yang dikenal sebagai e-commerce adalah salah satu hasilnya. Dalam pemasaran menggunakan media sosial sangat berpotensi. Media sosial juga berperan sebagai media promosi dengan harga yang murah dan lebih fleksibel untuk mempromosikan melalui media sosial. Keunggulan media sosial sebagai media promosi yaitu; semua produk yang dipromosikan melalui media online digunakan semua orang dimanapun. Media sosial juga berperan sebagai media komunikasi dengan tujuan, pelaku usaha bisa menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan untuk memberikan informasi mengenai produk yang ingin disampaikan kepada pelanggan.

Pelaku usaha sudah tidak perlu membayar biaya transportasi untuk ketemu dengan pelanggan dalam berbisnis karena tidak perlu ketemu secara tatap muka. Pelaku usaha sudah tidak perlu mengkhawatirkan adanya batas dan waktu karena media sosial sudah mempermudah bagaimana bisa memberikan informasi kepada pelanggan.

Adapun beberapa kelemahan menggunakan media sosial dalam pemasaran suatu produk yaitu; konsumen tidak ada kesempatan untuk mencoba dan tidak bisa melihat produk sebelum membelinya sehingga para konsumen atau pelanggan terkadang tidak puas karena produk tersebut tidak sesuai dengan keinginan mereka.

Pengiriman produk terkadang tidak tepat pada waktu yang ditentukan sehingga menimbulkan komplain dari pelanggan atau konsumen. Dengan menggunakan teknologi internet, kelahiran media sosial mempercepat informasi yang ingin disampaikan kepada pelanggan.

Ketertarikan penelitian lebih ke peranan media sosial dalam meningkatkan pemasaran produk tempa. Dilihat dari latar belakang yang ditemukan, peneliti sangat tertarik untuk melaksanakan suatu penelitian yang berjudul "Peranan Media

Sosial Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Tempe Di Desa Beji Kecamatan Junrejo Kota Batu”

5

1.2.Rumusan masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

Bagaimana peranan media sosial sebagai media pemasaran, media promosi, media komunikasi, media informasi dalam meningkatkan pemasaran produk tempe di Desa Beji Kecamatan Junrejo Kota Batu?

1.3.Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui peranan media sosial sebagai media pemasaran, media promosi, media komunikasi, dan media informasi dalam meningkatkan pemasaran tempe di Desa Beji Kecamatan Junrejo Kota Batu.

4

1.4.Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi mahasiswa untuk menambah ilmu atau pengetahuan mengenai peranan media sosial dalam meningkatkan pemasaran produk tempe
- b. Bagi perajin tempe sebagai pedoman bagaimana menggunakan media sosial dengan efektif dalam pemasaran produk tempe.

Junildo De Jesus Ximenes

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|--|----|
| 1 | media.neliti.com Internet Source | 5% |
| 2 | Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper | 2% |
| 3 | eprints.umm.ac.id Internet Source | 2% |
| 4 | library.polmed.ac.id Internet Source | 2% |
| 5 | repository.upp.ac.id Internet Source | 1% |
| 6 | Aris Suharyadi, Beny Dwi Saputra. "STRATEGI OPTIMALISASI LAYANAN PERPUSTAKAAN SEKOLAH MELALUI PROGRAM "KANJI KUPER" SD NEGERI NGRANCAH", Nusantara - Journal of Information and Library Studies, 2020 Publication | 1% |

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Junildo De Jesus Ximenes

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4
