

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Diawal tahun 2020, dunia digemparkan dengan merebaknya virus baru yaitu corona virus jenis baru (SARS-CoV-2) dan penyakitnya disebut coronavirus disease 2019 (Covid-19).<sup>1</sup>Virus ini awal mulanya muncul di Wuhan, Tiongkok kemudian menyebar ke berbagai Negara di dunia.

Kemunculan Covid-19 di indonesia secara tidak langsung berpengaruh terhadap pergerakan masyarakat di berbagai bidang, mulai dari segala kegiatan individu yang dibatasi, sampai pada aktivitas yang memiliki skala besar. Efek samping yang ditimbulkan di seluruh bidang, yakni bidang pendidikan, kesehatan, pertanian, dan lainnya. Bahkan dalam dunia pendidikan, pada bulan Maret 2020 diberlakukan peraturan belajar secara *online* untuk seluruh sekolah dan perguruan tinggi yang dilakukan secara jarak jauh.

Berbagai upaya sudah dicoba oleh pemerintah Indonesia untuk menanggulangi penyebaran virus covid-19, salah satunya merupakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dicoba secara bertahap di berbagai wilayah yang terindikasi memusatkan penyebaran covid-19. Pelaksanaan ini pasti berdampak sangat signifikan terhadap kegiatan masyarakat. Masyarakat pasti tidak bisa melaksanakan kegiatan di luar rumah dan secara tidak langsung mereka mengubah segala aktivitas secara *daring/online*.

Pada masa pandemi covid-19 kebutuhan penggunaan internet masyarakat juga semakin meningkat. Kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap internet selalu meningkat dari tahun ke tahun. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengatakan kalau penetrasi pengguna internet di Indonesia meningkat sekitar delapan persen menjadi 143,26 juta jiwa atau ini setara dengan 54,68 persen dari populasi 262 juta jiwa masyarakat Indonesia.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Yuliana, 2020, 'Wellness And Healty Magazine', Jurnal Kedokteran, vol. 2, no. 1, hlm. 1-2.

<sup>2</sup> Sholihin, Riadhus, 2019, *Digital Marketing di Era 4.0*, Kuadrant, Yogyakarta. hlm.247

Jumlah pengguna internet yang semakin bertambah selalu beriringan dengan peningkatan jumlah pengguna media sosial. Masyarakat saat ini telah belajar untuk menggunakan media sosial. Manfaat dari media sosial sebagai media untuk bersosialisasi, mencari informasi, berbisnis, dan lain-lain. Para pebisnis bisa menggunakan media sosial pribadi untuk melakukan promosi terhadap produk yang dijual.

Media sosial saat ini menjadi tren bagi masyarakat Indonesia. Dalam kurun waktu 24 jam masyarakat yang memiliki media sosial tentu akan mengecek serta memposting segala sesuatu yang berkaitan dengan aktifitas mereka melalui media sosial pribadi. Kemudahan dalam mengakses media sosial serta dapat digunakan sebagai media penukar informasi memberikan banyak manfaat bagi para pengguna.

Di Indonesia masyarakat yang menggunakan media sosial *facebook* sudah mencapai 140 juta pada tahun 2020. Hal ini diklaim oleh *facebook* dalam jumpa pers *online* pada Selasa, 23 Februari 2021. Peningkatan jumlah pengguna media sosial *facebook* didasari karena pandemi covid-19 <https://www.suara.com/>.<sup>3</sup> *Facebook* memiliki berbagai fitur untuk mengunggah foto maupun video kedalam akun pemilik *facebook*. Sebelum pengguna memposting foto maupun video maka terlebih dahulu dapat diedit sesuai keinginan dengan mencantumkan deskripsi ataupun *caption* pada foto maupun video yang diunggah. Foto maupun video yang sudah diunggah tersebut dapat ditandai langsung kepada pengguna lain yang juga menggunakan *facebook*. Setelah pengguna memposting foto atau video di *facebook*, maka dengan sendirinya pengguna lain yang berteman dengannya dapat memberikan *like*, komentar, dan bahkan dapat membagikan foto atau video yang diunggah.

Media sosial *facebook* juga cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia. *Facebook* memberikan informasi baik itu dalam bentuk audio maupun visual yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Penyebaran informasi yang semakin terbuka mengakibatkan adanya pola yang

---

<sup>3</sup> <https://www.suara.com/>

berbeda ketika calon pembeli melakukan pertimbangan saat pemilihan sebuah produk yang ditawarkan. Calon pembeli yang awal mulanya memperoleh informasi dari penjual terkait kelebihan suatu produk agar konsumen dapat membeli produk tersebut, namun sekarang berbeda.

Pedagang bisa dengan mudah dalam melakukan promosi. Promosi yang dilakukan melalui internet menjadi sangat relevan dalam masa pandemi covid-19. Internet menjadi kebutuhan seluruh masyarakat baik sebagai media hiburan, informasi, perdagangan dan masih banyak lagi. Kegiatan promosi yang dilakukan melalui internet memberikan keuntungan kepada para penjual dan pembeli. Calon pembeli dapat secara bebas dalam menentukan produk sesuai dengan keinginannya tanpa batasan waktu. Bagi para penjual, keuntungannya yakni kegiatan promosi suatu produk dengan cepat dilakukan sesuai dengan keadaan pasar. Penjual bisa menambahkan jumlah produk serta mengubah harga dan dapat mendeskripsikan produk yang dijual.

Di era seperti sekarang ini, produk yang hendak dibeli oleh calon pembeli akan sangat mudah untuk didapatkan karena informasi yang diperoleh cenderung lebih cepat. Calon pembeli bisa memanfaatkan media sosial *facebook* sesuai dengan kebutuhan mereka di manapun mereka berada. Bahkan ketika sedang berada di rumah dan bersantai, calon pembeli dapat mengakses *facebook* dan melihat postingan-postingan di *facebook* terkait dengan produk yang dijual. Dalam hal ini calon pembeli bisa menentukan produk mana yang cocok untuk kebutuhan dan bisa dibeli.

Memasuki abad ke-21 telah terjadi perubahan mengenai periklanan serta promosi. Hal ini karena perkembangan teknologi semakin hari semakin pesat sehingga terciptanya komunikasi secara interaktif melalui media massa, yakni melalui internet. Dengan melakukan promosi dan menyiapkan berbagai fitur yang lebih menarik seperti: instagram, twitter, blog, dan serta yang lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian skripsi tentang **“PEMANFAATAN JEJARING SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA KOMUNITAS PENJUAL ONLINE MSI ADONARA DI TENGAH PANDEMI COVID-**

19.” Judul yang dipilih ini bertujuan untuk mengadakan penelitian lebih jauh terkait dengan pemanfaatan jejaring sosial *facebook* sebagai media promosi di tengah pandemi covid-19.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalahnya adalah:

Bagaimana pemanfaatan jejaring sosial *facebook* sebagai media promosi pada komunitas penjual *online* MSI Adonara di tengah pandemi covid-19?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari sebuah penelitian merupakan suatu hal yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian. Dengan demikian tujuan dalam penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui bagaimana jejaring sosial *facebook* pada komunitas penjual *online* MSI Adonara sebagai media promosi di tengah pandemi covid-19.

## 1.4 Manfaat Akademis dan Praktis

Manfaat dari kegiatan penelitian ini yaitu:

### a. Manfaat Teoritik

1. Untuk mengetahui mengenai pemanfaatan media jejaring sosial *facebook* pada komunitas penjual *online* MSI Adonara sebagai media promosi di tengah pandemi covid-19.
2. Untuk mengetahui teknik-teknik apa yang dilakukan oleh para penjual ketika melakukan promosi suatu produk melalui jejaring sosial *facebook*.

### b. Manfaat Praktis

1. Secara praktis adalah manfaat dari penelitian yang akan dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Sebagai bahan bacaan dan salah satu sumber informasi bagi pengguna yang akan meneliti mengenai pemanfaatan jejaring sosial *facebook* pada komunitas penjual *online* MSI Adonara sebagai media promosi di tengah pandemi covid-19.

## 1.5 Metodologi Penelitian

### 1.5.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis yang bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.<sup>4</sup>

Penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena penulis ingin mendeskripsikan hasil penelitian dengan menggunakan kata-kata tertulis dan mendeskripsikan hasil wawancara dari objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan tentang Pemanfaatan Jejaring Sosial *Facebook* Sebagai Media Promosi Pada Komunitas Penjual *Online* Adonara Di Masa Pandemi Covid-19.

### 1.5.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif antara lain yaitu:<sup>5</sup>

#### a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer juga disebut sebagai data asli yang bersifat terkini. Data primer akan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti.

Narasumber memiliki peran yang penting karena merupakan orang yang memiliki informasi. Untuk mendapatkan informasi tambahan dalam penelitian ini, peneliti bisa menentukan informan kunci serta bisa mencari informan tambahan untuk mendapatkan informasi. Sumber data dalam

---

<sup>4</sup> Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung. hlm. 9

<sup>5</sup> Siyoto, Sandu dan Ali Sodik, 2015, *Dasar Metodologi Penelitian*, Literasi Media Publishing, Yogyakarta. hlm. 67-68

penelitian ini adalah penjual *online* MSI Adonara dan beberapa pembeli.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan ataupun dikumpulkan peneliti yang diperoleh dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder bisa diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal dan lain-lain.

1.5.3 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah :

a. Observasi (Pengamatan)

Nasution (1980) menyebutkan observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Data yang diperoleh melalui bantuan berbagai alat yang memiliki tingkat kecanggihan, sehingga dapat mengetahui benda berukuran kecil yang memiliki jarak berjauhan dapat diobservasi dengan jelas.<sup>6</sup> Metode observasi ini digunakan oleh peneliti untuk melihat secara langsung tentang keadaan yang ada di lapangan agar peneliti dapat mendapatkan informasi lebih banyak dan luas mengenai permasalahan yang diteliti.

c. Wawancara (*Interview*)

Esterberg (2020) wawancara dapat diartikan sebagai pertemuan dua orang sebagai proses bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat memperoleh makna dalam suatu topik yang dibicarakan.<sup>7</sup> Dalam metode ini, peneliti memberikan pertanyaan kepada responden kemudian dicatat atau direkam oleh peneliti. Wawancara bisa dilakukan secara langsung

---

<sup>6</sup> Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung. hlm. 106

<sup>7</sup> Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung. hlm. 114

maupun tidak langsung. Wawancara secara langsung yakni peneliti beretemu langsung dengan responden, sedangkan wawancara tidak langsung adalah peneliti melakukan wawancara secara *online* melalui perantara *smartphone* atau lainnya. Sebelum melakukan wawancara, peneliti harus menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu sehingga lebih terarah.

#### d. Dokumentasi

Dokumen adalah suatu catatan kejadian di masa lampau. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>8</sup>

### 1.5.4 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan setelah penulis memperoleh data. Dalam hal ini penulis melakukan proses penafsiran data dengan cara memberikan makna terhadap catatan lapangan, transkrip wawancara, dan komentar peneliti.

### 1.5.5 Analisis Data

Kegiatan analisis dapat dilakukan ketika pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam waktu tertentu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data model interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Menurut Miles dan Huberman analisis data model interaktif ini memiliki tiga komponen, yaitu: (1) reduksi data, (2) sajian data, (3) penarikan kesimpulan. Ketiga langkah dalam komponen analisis interaktif adalah sebagai berikut:<sup>9</sup>

#### a. Reduksi Data

---

<sup>8</sup> Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung. hlm. 124

<sup>9</sup> Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung. hlm. 133-137

Kegiatan analisis data dalam penelitian kualitatif yang paling utama adalah reduksi data. Dalam hal ini peneliti lebih memfokuskan hal-hal yang dianggap pokok dan penting untuk kemudian dirangkum. Proses reduksi data dimulai sejak peneliti memilih kasus yang akan dikaji dan terus menerus sepanjang penelitian dilaksanakan.

b. Penyajian Data

Setelah selesai melakukan data direduksi, maka kegiatan berikutnya adalah penyajian data. Peneliti dapat menyajikan data ke dalam bentuk bagan, uraian yang singkat, dan lainnya. Proses penyajian data tentu akan mempermudah penulis untuk mengetahui serta memahami hal-hal yang terjadi dan melakukan perencanaan kegiatan berikutnya sesuai dengan apa yang sudah dipahami.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan berupa deskripsi atau gambaran atau obyek yang sebelumnya masih terlihat jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.