

BAB I

PENDAHULUAN

1 Latar Belakang Masalah

Media sosial sesuai namanya, bukanlah sebuah aktivitas yang dilakukan oleh perseorangan atau individu semata. Ia merupakan aktivitas yang dilakukan oleh banyak orang sosial. Sehingga kehadirannya juga banyak mewarnai peristiwa publik. Media sosial seolah menjadi dua sisi mata uang koin. Di satu sisi ia berdampak positif bagi perkembangan hidup berbangsa dan bernegara. Ia menjadi alat penyatu bangsa(Nurudin,2018). Media sosial adalah sebuah media online yang memudahkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi seperti sebuah blog dan jejaring sosial, namun ada pendapat lain yang mengatakan media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016). Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan vice versa.

Promosi penjualan merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar. Sebagai salah satu elemen bauran promosi, promosi penjualan merupakan unsur penting dalam kegiatan promosi produk. Definisi

promosi penjualan menurut American Marketing Association (AMA) tahun 1988 sebagai berikut: "sales promotion is media and nonmedia marketing pressure applied for a predetermined, limited period of time in order to stimulate trial, increase consumer demand, or improve product quality". Definisi di atas menunjukkan bahwa promosi penjualan merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau untuk memperbaiki kualitas produk (Sutisna, 2003).

Aplikasi *Facebook* media sosial yang digunakan untuk melakukan komunikasi baik personal maupun kelompok, berinteraksi dengan orang asing (stranger), berbagi informasi pada orang terdekat, menyampaikan berita, jual beli, hingga membentuk sebuah kelompok dalam grup. Pada awal tahun 2021 *Facebook* memiliki 1.84 miliar pengguna aktif di seluruh dunia dan 140 juta pengguna di Indonesia. (*Facebook statistik*, 2021). *Facebook* adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, kampus, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Dibandingkan website sejenis, *Facebook* memberikan fasilitas yang lengkap seperti halaman profil, album foto dan video, obrolan (chat), catatan, aplikasi halaman, aplikasi bisnis, permainan, jaringan.

Di Indonesia sendiri, *Facebook* menempati peringkat 3 teratas dalam daftar medsos yang paling sering digunakan oleh penduduk dengan rentang usia 16 hingga 64 tahun.

Sejauh ini, total pengguna aktif medsos Indonesia mencapai 160 juta (59 persen dari total populasi), dengan rata-rata 3 jam 26 menit waktu yang dihabiskan untuk mengakses medsos dalam sehari. per Januari 2022) Indonesia memiliki 129,85 juta pengguna *Facebook* per Januari 2022 lalu, menurut laporan Statistika. Jumlah ini menempatkan Indonesia menduduki peringkat ketiga pengguna aplikasi besutan Mark Zuckerberg terbanyak di dunia. Iklan menurut Philip Kotler (Kotler, 2011: Marketing Management) adalah (1) komunikasi informasi non personal yang biasanya (2) berbayar dan (3) persuasif tentang produk layanan dan gagasan oleh (5) sponsor yang jelas identitasnya melalui (6) aneka media Iklan menurut David Ogilvy lebih merayu.

Di kecamatan Ketanggungan kabupaten Brebes terdapat makanan yang sekarang menjadi ciri khas ketanggungan yaitu Kue Blusder adalah kue berbentuk mangkok terbalik bergerigi, perpaduan cake dan bolu yang terbuat dari tepung terigu, gula santan, mentega dan telur. Rasanya manis dengan tekstur keras diluar dan kenyal didalam atau ada orang yang menyebutnya kue bantat. Sebagian besar jika sudah mencicipi kue ini akan ketagihan. Bentuknya yang unik seperti rumah kerang dan berwarna coklat kekuningan. Ada berbagai rasa dari yang orinal, keju, coklat atau pandan. Ada beberapa masyarakat Ketanggungan yang menyajikan kue Blusder ini saat acara-acara tertentu seperti pernikahan, tunangan, ataupun acara yang dianggap sakral banyak juga yang menyajikan untuk hidangan di rumah dan di santap bersamaan dengan teh ataupun kopi.

Kue Blusder menjadi makanan khas Ketanggungan yang masih belum banyak diketahui oleh masyarakat Ketanggungan maupun masyarakat yang tinggal di kabupaten Brebes. Untuk proses pembuatannya sendiri tidak beda jauh dengan kue pada umumnya yaitu dengan di open menggunakan open untuk kue, bukan hanya itu kue Blusder memiliki cita rasa yang khas yang membuat rasanya selalu teringat, tekstur kue yang padat tetapi empuk membuat kue ini di juluki kue bantat. Untuk ukuran kue Blusder Tingginya sekitar 10cm dengan Diameter ukuran mangkok jago sekitar 15cm.

Untuk pemasaran kue Blusder bukan cuman sekedar di kedai atau toko sajah, tetapi penjualan kue Blusder sudah melalu online yaitu *Facebook* akan tetapi walaupun sudah menjual melalui media sosial *Facebook*, pemasarannya belum memenuhi target dan masih kurang maksimal untuk itu penelitian ini mengangkat tentang bagaimana sebenarnya promosi penjualan kue Blusder apakah sudah efektif atau belum efektif. Maka berdasarkan latar belakang diatas menjadi dasar hal tersebut peneliti pengembangan dengan melakukan penelitian tentang “ peran media sosial *facebook* dalam mempromosikan penjualan kue Blusder khas Ketanggungan di kecamatan Ketanggungan kabupaten Brebes”.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini : "Bagaimana Peran Media Sosial *Facebook* Dalam Mempromosikan Penjualan Kue Blusder khas Ketanggungan di Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes".

3. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana Peran Media Sosial *Facebook* dalam penjualan kue blusder khas Ketanggungan ?
2. Apa Saja Faktor pendukung dalam penjualan kue Blusder di media sosial *Facebook* ?
3. Apa Saja Faktor Penghambat dalam penjualan kue Blusder di media sosial *Facebook* ?
4. Apa Saja Upaya dalam meningkatkan penjualan kue Blusder di media sosial *Facebook* ?

4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Media Sosial *Facebook* dapat mempengaruhi penjualan kue blusder khas Ketanggungan.
2. Untuk mengetahui Faktor pendukung apa saja yang dapat meningkatkan penjualan kue Blusder di media sosial *Facebook*.
3. Untuk mengetahui Faktor Penghambat Apa saja yang dapat mempengaruhi penjualan kue Blusder di media sosial *Facebook*.
4. Untuk mengetahui Upaya Apa saja yang dapat meningkatkan penjualan kue Blusder di media sosial *Facebook*

5. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang menjadi faktor kajian penelitian dan tujuan yang ingin di capai, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

5.1 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan informasi dan pengetahuan yang dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan pengetahuan mahasiswa Ilmu Komunikasi UGJ.

5.2 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dibidang Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan promosi media sosial, khususnya media sosial *Facebook* dan pengetahuan tentang penjualan kue Blusder.

5.3 Secara Praktis

penelitian ini untuk menerapkan Ilmu yang diterima penulis selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi sekaligus dapat memberikan masukan kepada pembaca yang ingin mengetahui tentang Peran Media Sosial *Facebook* Dalam Mempromosikan Penjualan Kue Blusder khas Ketanggungan di Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes.

6. Kerangka Pemikiran

6.1 Komunikasi Media Massa

Menurut Josep A. Devito definisi Komunikasi Massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Sementara itu, menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) disebutkan, Komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal atau tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen.

Komunikasi media massa menurut Laswell terdapat 5 unsur yang disebut komponen atau unsure dalam komunikasi media massa :

- 1) Siapa (Who) : Komunikator, orang yang menyampaikan pesan dalam proses komunikasi massa, baik perorangan, mewakili suatu lembaga atau organisasi maupun instansi.
- 2) Apa yang dikatakan (Says What): Pertanyaan umum, dapat berupa ide, informasi, opini pesan dan sikap yang sangat erat kaitannya dengan masalah analisis pesan.
- 3) Melalui saluran apa (In Which Channel) Media komunikasi atau saluran yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan komunikasi.
- 4) Kepada Siapa (To Whom) : Komunikasi atau audiens yang menjadi sasaran komunikasi.
- 5) Dengan

efek apa (With What Effect): hasil yang dicapai dari usaha penyampaian pernyataan umum itu pada sasaran yang dituju.

6.2 Media Sosial *Facebook*

Aplikasi *Facebook* media sosial yang digunakan untuk melakukan komunikasi baik personal maupun kelompok, berinteraksi dengan orang asing (stranger), berbagi informasi pada orang terdekat, menyampaikan berita, jual beli, hingga membentuk sebuah kelompok dalam grup. Pada awal tahun 2021 *Facebook* memiliki 1.84 milyar pengguna aktif di seluruh dunia dan 140 juta pengguna di Indonesia. (*Facebook* statistik, 2021). *Facebook* adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, kampus, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Dibandingkan website sejenis, *Facebook* memberikan fasilitas yang lengkap seperti halaman profil, album foto dan video, obrolan (chat), catatan, aplikasi halaman, aplikasi bisnis, permainan, jaringan.

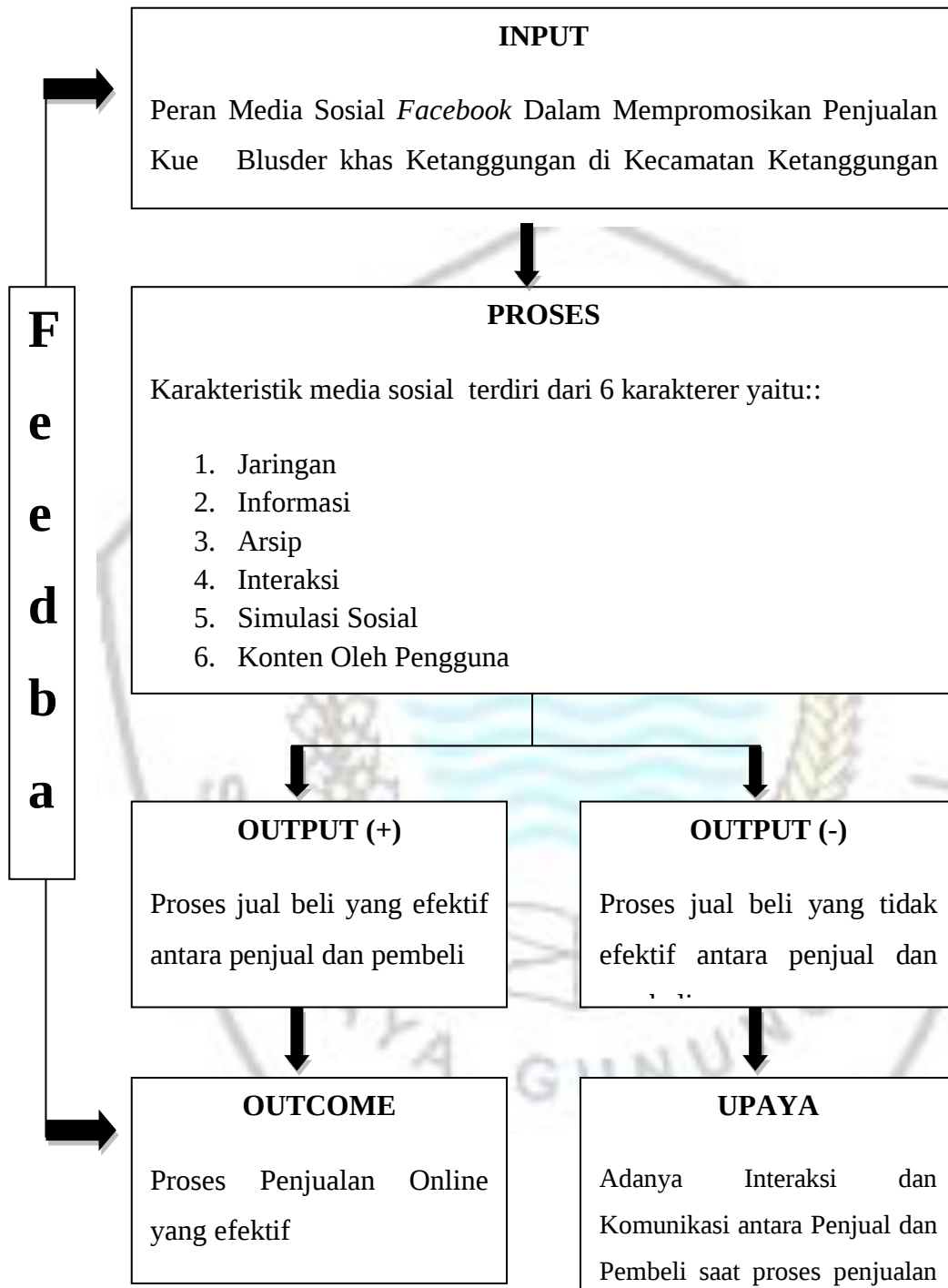
Di Indonesia sendiri, *Facebook* menempati peringkat 3 teratas dalam daftar medsos yang paling sering digunakan oleh penduduk dengan rentang usia 16 hingga 64 tahun. Sejauh ini, total pengguna aktif medsos Indonesia mencapai 160 juta (59 persen dari total populasi), dengan rata-rata 3 jam 26 menit waktu yang dihabiskan untuk mengakses medsos dalam sehari. per Januari 2022) Indonesia memiliki 129,85 juta pengguna *Facebook* per Januari 2022 lalu, menurut laporan

Statistika. Jumlah ini menempatkan Indonesia menduduki peringkat ketiga pengguna aplikasi besutan Mark Zuckerberg terbanyak di dunia.

6.3 Kue Blusder

Di kecamatan Ketanggungan terdapat makanan yang sekarang menjadi cirri khas ketanggungan yaitu Kue Blusder adalah kue berbentuk mangkok terbalik bergerigi, perpaduan cake dan bolu yang terbuat dari tepung terigu, gula santan, mentega dan telur. Rasanya manis dengan tekstur keras diluar dan kenyal didalam atau ada orang yang menyebutnya kue bantat. Sebagian besar jika sudah mencicipi kue ini akan ketagihan. Bentuknya yang unik seperti rumah kerang dan berwarna coklat kekuningan. Ada berbagai rasa dari yang orinal, keju, coklat atau pandan. Ada beberapa masyarakat Ketanggungan yang menyajikan kue Blusder ini saat acara-acara tertentu seperti pernikahan, tunangan, ataupun acara yang dianggap sakral banyak juga yang menyajikan untuk hidangan di rumah dan di santap bersamaan dengan teh ataupun kopi.

Kue Blusder menjadi makanan khas Ketanggungan yang masih belum banyak diketahui oleh masyarakat Ketanggungan maupun masyarakat yang tinggal di kabupaten Brebes. Untuk proses pembuatannya sendiri tidak beda jauh dengan kue pada umumnya yaitu dengan di open menggunakan open untuk kue, bukan hanya itu kue Blusder memiliki cita rasa yang khas yang membuat rasanya selalu teringat, tekstur kue yang padat tetapi empuk membuat kue ini di juluki kue bantat.



Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran

7. Definisi dan Operasional Konsep Penelitian

7.1 Definisi Konsep Penelitian

Untuk menyamakan persepsi dan pemahaman dalam penelitian maka dikemukakan definisi operasional sebagai berikut :

1. Komunikasi Media Massa

Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan oleh Bittner (1980: 10): komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Komunikasi massa dikontrol oleh gatekeeper (penapis informasi). Artinya, pesan-pesan yang disebarkan atau dipancarkan dikontrol oleh sejumlah individu dalam lembaga tersebut sebelum disiarkan lewat media massa.

Umpan balik dalam komunikasi massa sifatnya tertunda. Kalau dalam jenis komunikasi lain, umpan balik bisa bersifat langsung. Misalnya, dalam komunikasi antar persona. Dalam komunikasi ini umpan balik langsung dilakukan, tetapi komunikasi yang dilakukan lewat surakabar tidak bisa langsung dilakukan alias tertun (delayed).

2. Media Sosial

Media sosial merupakan sarana yang mendukung sebuah interaksi sosial dengan menggunakan [teknologi](#) berbasis [internet](#) atau [web](#) yang bisa mengubah komunikasi menjadi [dialog](#) interaktif seperti menciptakan hubungan komunikasi antara seorang [penulis](#) dengan [penggemarnya](#).

Media Sosial mempunyai 6 Karakteristik diantaranya :1).Jaringan 2). Informasi 3). Arsip 4). Interaksi 5). Simulasi Sosial dan 6). Konten Oleh Pengguna.Berikut penjelasan dari masing-masing karakter:

1). Jaringan



Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk didalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (offline) antarpengguna saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

2). Informasi

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (network society)

3). Arsip

bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Banyak informasi yang bisa diakses dari akun media sosial, mulai dari kumpulan foto yang diunggah, siapa saja pengguna membentuk jaringan pertemanan hingga informasi yang tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun.

4). Interaksi

Karakter besar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut.

5). Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sekaligus medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Pengguna media sosial dapat dikatakan sebagai warga Negara digital (*digital citizenship*) yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan.

6). Konten oleh pengguna (*User Generated Content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC), UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi

3. Facebook

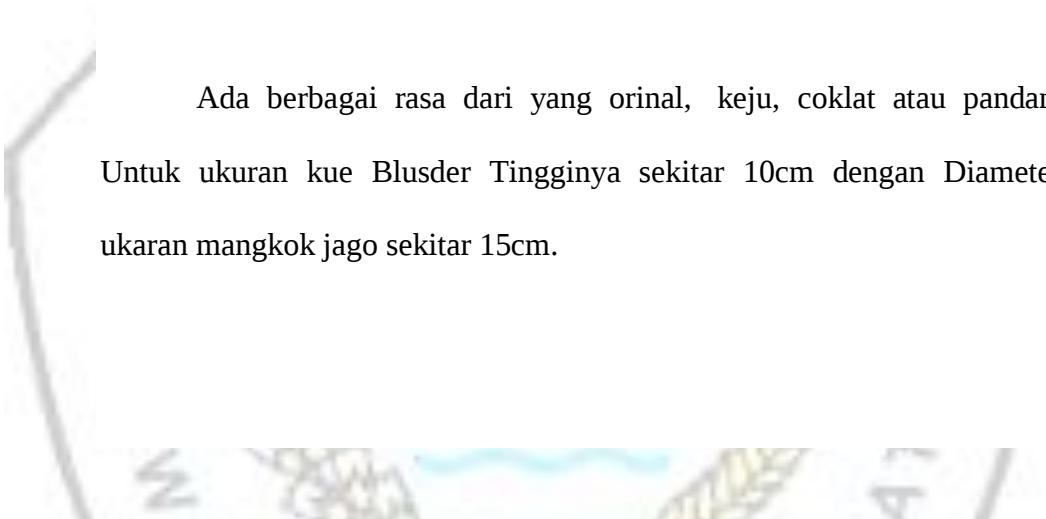
Facebook adalah [media sosial](#) dan [layanan jejaring sosial](#) online Amerika yang dimiliki oleh [Meta Platforms](#). Didirikan pada tahun 2004 oleh [Mark Zuckerberg](#) dengan sesama siswa [Harvard College](#) dan teman sekamar [Eduardo Saverin](#), [Andrew McCollum](#), [Dustin Moskovitz](#), dan [Chris Hughes](#), namanya berasal dari direktori face book yang sering diberikan kepada mahasiswa Amerika.

Facebook adalah salah satu jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, maka tidak mengherankan apabila media *Facebook* dapat menjadi sebuah peluang bisnis sekaligus menjadi alat pemasaran produk yang sangat potensial. *Facebook* memberikan tempat untuk bertemu dan berkomunikasi antara seorang anggota dengan anggota lainnya.

4. Kue Blusder

Kue Blusder adalah kue berbentuk mangkok terbalik bergerigi, perpaduan cake dan bolu yang terbuat dari tepung terigu, gula dan telur. Rasanya manis dengan tekstur keras diluar dan kenyal didalam atau ada orang yang menyebutnya kue bantat. Sebagian besar jika sudah mencicipi kue ini akan ketagihan. Bentuknya yang unik seperti rumah kerang dan berwarna coklat kekuningan.

Ada berbagai rasa dari yang orinal, keju, coklat atau pandan. Untuk ukuran kue Blusder Tingginya sekitar 10cm dengan Diameter ukuran mangkok jago sekitar 15cm.



7.2 Operasional Konsep Penelitian

Dalam operasionalisasi konsep penelitian ini, penulis deskripsikan dengan tabel di bawah ini :

Tabel 1.1

Operasional Konsep Penelitian

Konsep Penelitian	Dimensi	Parameter
Karakteristik Media Sosial (Nasrullah, 2005 : 15)	1. Jaringan	Penjual dan pembeli saling terhubung satu sama lain.
	2. Informasi	Penjual memberikan informasi melalui media sosial <i>facebook</i> .
	3. Arsip	Penjual menyimpan dokumen berupa foto di media sosial <i>facebook</i> .
	4. Interaksi	Interaksi yang dilakukan oleh penjual dengan pembeli.

	5. Simulasi Sosial	Kebebasan penjual untuk menawarkan kepada pembeli di media sosial.
	6. Konten Oleh Pengguna	Penjual memposting kue blusder di media sosial

8. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.2

Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1.	Wira Verawati. Fakultas Pertanian Universitas Borneo, 2016. <i>“Peran Media Sosial Facebook Terhadap Promosi Penjualan Tape Ketan Di Kota Tarakan”</i> Jurusan Agribisnis. Universitas Borneo Tarakan. Pemanfaatan media sosial bagi masyarakat Kota Tarakan salah satunya adalah pemasaran online. Pulau Tarakan yang dekat dengan negara tetangga, merupakan peluang tantangan tersendiri bagi pelaku bisnis UKM di Kota Tarakan. Penelitian dilaksanakan pada UKM SISTAPE di Adityawarman	Persamaanya terletak pada media sosial yang digunakan yaitu media sosial Facebook.	.Perbedaan penelitian ini terletak pada pengambilan data dimana menggunakan kuesioner sedangkan dalam penelitian yang akan dilakukan pengambilan data menggunakan wawancara.

	RT 09 No 11 Karang Balik Tarakan. Penelitian ini menghasilkan analisis kualitatif, dengan teknik analisis yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penentuan responden dilakukan dengan teknik Insidental dimana setiap calon responden didapatkan secara kebetulan dengan ketentuan responden adalah orang yang membeli produk SISTAPE melalui media sosial facebook. Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner, jawaban pada kuesioner diolah menggunakan korelasi Rank Spearman dan Chi-Square.		
2.	Dian Permatasari, Fahrunnisa . Program Studi Ilmu Komunikasi. 2021. "<i>Facebook sebagai Media Promosi Kuliner Di Kabupaten</i>	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada teori yang digunakan yaitu teori	Persamaan dari penelitian ini terletak pada Media Sosial yang digunakan dimana menggunakan

	<i>Sumbawa</i>” Universitas Teknologi Sumbawa. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan facebook sebagai media promosi oleh para pedagang dengan menggunakan teori media marketing. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis dalam jangka waktu penelitian dari Juni-Oktober 2021. Sumber penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder melalui teknik wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi	media marketing. sedangkan teori yang digunakan oleh peneliti mebggunakan Karakteristik Media Sosial	Media Sosial <i>Facebook</i>.
3.	Wahyuningtyas, Meti. 2021. Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Promosi Produk UMKM (Studi Kasus UMKM Sejoli Jamu Instan Di Desa Paringan Kecamatan Jenangan Kabupaten	Menggunakan Media Ssoail <i>Facebook</i> dan juga menggunakan teknik yang digunakan pada penelitian ini.	Teori yang digunakan pada penelitian

Ponorogo). Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Penelitian ini bertujuan untuk untuk membantu para pelaku usaha dalam mempromosikan produk-produk secara lebih mudah dan dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif untuk menggambarkan dan mendeskripsikan bagaimana cara dan pemanfaatan berpromosi di Facebook dalam menarik minat calon konsumen di Facebook. Teknik yang digunakan pada penelitian ini yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi		
--	--	--

	pada UMKM Sejoli Jamu Instan..		
--	--------------------------------	--	--

8.1 Metode penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Metode Penelitian Kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana penulis sebagai objek instrumen kunci dengan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Menurut Strauss dan Corbin (2007:1), penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang dapat digunakan untuk meneliti kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, gerakan sosial, atau hubungan kekerabatan. Secara umum, pengertian metode kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci pengambilan sampel sumber data dilakukan secara

purposive, dan snowbaal, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian Studi Kasus merupakan penelitian dimana peneliti menggali suatu fenomena tertentu (kasus) dalam suatu waktu dan kegiatan (program, even, proses, institusi atau kelompok sosial) serta mengumpulkan informasi secara terinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu. Selanjutnya Creswell mengungkapkan bahwa apabila kita akan memilih studi untuk suatu kasus, dapat dipilih dari beberapa program studi atau sebuah program studi dengan menggunakan berbagai sumber informasi yang meliputi: observasi, wawancara, materi audio-visual, dokumentasi dan laporan. (Sugiyono. 2015).

Dalam metode penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui peran promosi media sosial *Facebook* pada penjualan kue Blusder khas Ketanggungan di Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes dan memberi pemahaman tentang pentingnya media sosial dalam peningkatan penjualan kue Blusder.

Metode penelitian deskriptif kualitatif, peneliti dapat merumuskan dan mengadakan batasan masalah yang kemudian berdasarkan masalah

tersebut studi pendahuluan untuk menghimpun informasi dan teori-teori sebagai dasar menyusun kerangka konsep pemikiran.

8.2 Informan dan Teknik Pengumpulan Informan

Pada penelitian kualitatif pemilihan informan tidak selalu menjadi wakil dari seluruh objek penelitian, tetapi yang terpenting informan memiliki pengetahuan yang cukup serta mampu menjelaskan keadaan sebenarnya tentang objek penelitian. Teknik pemilihan informan menggunakan teknik purposive (purposive sampling) dalam teknik ini peneliti memilih sampel sesuai kebutuhan.

Dalam buku Metode penelitian sosial oleh Dr. Drs. Ismail Nurudin, M.Si, Dra. Sri Hartati, M.Si Informan adalah orang yang memberikan informasi. Menentukan informan kunci yaitu orang yang paling banyak mengetahui tentang masalah yang diteliti, dan informan pendukung yaitu orang di luar informan kunci yang dapat memberikan informasi pelengkap atau tambahan yang diperlukan peneliti dalam penelitian ini berkaitan dengan Peran Media Sosial *Facebook* Dalam Mempromosikan Penjualan Kue Blusder khas Ketanggungan di Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes. Informan-informan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Informan kunci, yakni para Pembuat dan Penjual kue Blusder yang ada di Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes.

- b. Informan Pendukung, yakni Pembeli kue Blusder yang mengetahui kue Blusder di Media Sosial *Facebook*.

8.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian utama adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2009).

Menurut Sugiyono ada dua macam data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diambil langsung dari sumbernya (komunitas Edan Sepur), sementara data sekunder adalah data yang diambil dari hasil pengumpulan orang lain atau lewat dokumen. Sumber data primer yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan informan. Selanjutnya data sekunder diperoleh yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat.

Metode yang digunakan dalam metode penelitian sebagai berikut:

1. **Observasi / survei**, yaitu penulis melakukan pengamatan langsung untuk mengadakan pengamatan terhadap suatu kegiatan yang sedang berjalan sehingga didapat data yang akurat.

2. **Wawancara (*interview*)** yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara lisan, biasanya dilakukan jika ingin diketahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden. Data yang dihasilkan adalah data kualitatif.
3. **Teknik dokumentasi** yaitu penelusuran dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Biasanya berupa foto, tulisan gambar, karya dan sebagainya
4. **Riset Kepustakaan (*Library research*)** Riset kepustakaan menurut Supranto, yaitu untuk mengumpulkan data-data dan teori dalam penelitian ini maka peneliti mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan. (Ruslan,2008:31).

8.4 Teknik Pengujian Keabsahan Data

Yang digunakan dalam penelitian ini adalah Triangulasi. Menurut Moleong (2013:330) dalam bukunya yang berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif* mengatakan bahwa “Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu”. Triangulasi diperlukan karena setiap teknik memiliki kelemahan serta

keunggulannya sendiri. Dengan demikian, triangulasi memungkinkan tangkapan realitas secara lebih *valid*.

Menurut *Patton* (dalam Moleong, 2013), metode kualitatif triangulasi sumber data dilakukan dengan cara, sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan tentang apa yang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu,
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintahan.

Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Hasil dari perbandingan yang diharapkan adalah berupa kesamaan atau alasan – alasan terjadinya perbedaan.

8.5 Teknik Analisi Data

Menurut Bogdan dalam buku metode penelitian kuantitatif dan kualitatif oleh Prof. Dr. Sugiyono, mengatakan bahwa analisis data adalah

proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Terdapat tiga jalur analisis kualitatif, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi (Moleong, 2013)

- a) Reduksi data diartikan proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar muncul dari catatan-catatan yang tertulis lapangan. Reduksi data dilakukan berawal dari data observasi yang diperoleh sehingga selanjutnya dapat memperoleh data sesuai dengan yang dibutuhkan.
- b) Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Sebagaimana halnya dengan reduksi data, penciptaan dan penggunaan penyajian dan tidak terpisah dari kegiatan analisis.
- c) Verifikasi adalah menarik kesimpulan-kesimpulan peneliti dengan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada perumusan masalah serta tujuan yang hendak dicapai. Data yang telah tersusun tersebut dihubungkan, dibandingkan antara satu dengan yang lainnya, sehingga mudah ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap permasalahan yang ada

1.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian

9.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang diambil dalam penelitian yang berjudul “Peran Promosi Media Sosial *Facebook* Pada Penjualan Kue Blusder Khas Ketanggungan Kabaupaten Brebes “. Studi kasus deskriptif kualitatif pada penjual kue Blusder, dan tempatnya di kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes.

9.2 Jadwal Penelitian

Penelitian akan di rencanakan pada pertengahan bulan Mei 2022. Diawali dengan melakukan tahap persiapan literature, Pengamatan. Tahap pelaksanaan seperti bimbingan dan pembuatan proposal, seminar proposal, penelitian sampai dengan sidang skripsi.

Tabel 1.3

Jadwal Penelitian

[illegible]

III.	Tahapan Akhir																								
1. Seminar Draft Skripsi																									
2.Seminar Skripsi																									

