

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Virus corona atau Severe Acute respiratory Syndrome Coronavirus (COVID 19) adalah virus yang menyerang sistem pernapasan. Pertama kali ditemukan di Wuhan Tiongkok pada bulan Desember tahun 2019 dan sampai saat ini masih mewabah secara masif ke sebagian besar negara di dunia. Gejala individu yang terjangkit virus corona ini berupa flu, pneumonia, gagal ginjal, sesak napas, sindrom pernapasan akut, batuk, demam di atas 38 derajat celsius dan sakit tenggorokan atau panas ditenggorokan. Virus ini menyerang siapa saja baik bayi, anak-anak, remaja, dewasa, dan lansia (Anjani, 2020).

Virus corona menyebar dengan sangat cepat, cara penyebarannya antara lain melalui udara seperti pasien yang terjangkit virus corona itu batuk didekat orang lain (orang yang sehat), kontak langsung, seperti bersentuhan dan berjabat tangan, dan satu ruangan dengan pengidap virus corona tanpa ada pakaian pengaman atau masker. Indonesia merupakan salah satu negara dengan penyebaran virus covid-19 yang lumayan tinggi. Hal ini menyebabkan pemerintah mengeluarkan kebijakan *physical distancing*, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) hingga Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Darurat (PPKM Darurat) guna membatasi rantai penularan virus mematikan tersebut (Anjani, 2020).

Kondisi ini jelas menimbulkan dampak yang sangat besar bagi masyarakat, karena dengan bekerja dan belajar di rumah hingga pelanggaran kegiatan yang menimbulkan kerumunan tentunya membuat roda ekonomi menjadi terhenti. Salah satunya yang dirasakan para pedagang yang mengalami penurunan omset dikarenakan sepi pembeli, untuk menyalahi hal tersebut banyak para pedagang yang berpindah jualan dari offline menjadi online melalui media sosial.

Salah satu media sosial yang menjadi sorotan saat ini adalah instagram. Instagram merupakan media sosial yang saat ini masih tetap banyak diminati oleh para penggunanya, karena memungkinkan pengguna dengan mudah mengunggah foto, video pendek, dan melampirkan teks atau informasi di bawahnya, yang bisa disebut headline atau caption. Oleh karena itu, Instagram dijadikan sebagai media promosi (Mafiroh, 2019).

Setelah sukses menjadi aplikasi yang banyak diminati oleh para pengguna. Instagram menjadi media sosial yang banyak sekali peluang untuk berbisnis bagi para penggunanya, selain dimanfaatkan sebagai media komunikasi, instagram juga bisa dimanfaatkan sebagai media pemasaran, melalui share foto-foto produk penjual, dan memiliki banyak followers. Instagram memudahkan para konsumen untuk melihat produk yang dijual dan dapat langsung memberi komentar dibawah foto yang diminati (Mafiroh, 2019).

Ketentuan mengenai jual beli sebenarnya juga telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut :



Artinya: Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Pada surat tersebut terkandung makna bahwa Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Dalam hal ini, melakukan jual beli sangat dianjurkan untuk menjalin silahturrahmi sesama manusia.

Sekarang ini banyak pedagang yang melakukan penjualan dengan menggunakan media sosial yaitu instagram sebagai sarana dalam melakukan promosi penjualan yang mudah dan efektif termasuk online shop Loliya Store yang bertempat di Dusun Melati Desa Astanajapura Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon.

Promosi yang dilakukan online shop Loliya store adalah kegiatan yang bertujuan untuk menarik minat seseorang agar tertarik akan suatu produk yang di tawarkan sehingga tercapai proses jual beli. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, pedagang mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Di era yang sudah serba digital ini, promosi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, salah satunya melalui media sosial instagram yang memudahkan pedagang untuk memperkenalkan produknya kepada calon konsumen.

Promosi yang dilakukan Loliya Store melalui media sosial yaitu salah satunya dengan menawarkan produk-produk dengan harga terjangkau. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial instagram sangat digemari. Informasi yang diberikan melalui media sosial instagram memberikan pengaruh menarik bagi konsumen online shop Loliya Store yang terletak di Dusun Melati Desa Astanajapura Kecamatan Astanajapura Kabupaten Cirebon. Maka sejalan dengan uraian diatas, peneliti mengambil judul “pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi online shop loliya store dimasa pandemi covid-19”

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

- 1) Loliya store menggunakan media sosial instagram sebagai media promosi online shop dimasa pandemi covid-19
- 2) Loliya store memaksimalkan fitur-fitur yang tersedia di instagram guna menarik minat pembeli
- 3) Adanya hambatan dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi pada loliya store
- 4) Terdapat solusi dalam mengatasi hambatan yang terjadi pada pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi online shop loliya store

C. Pembatasan Masalah

Dengan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis membatasi objek kajian penelitian untuk menghindari pelebaran masalah. Untuk itu pembahasan mengenai Skripsi ini akan dibatasi yakni Pada penelitian ini, Peneliti fokus mengkaji pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi online shop loliya store dimasa pandemi covid-19.

D. Perumusan Masalah

Setelah menentukan pembatasan masalah maka pertanyaan penelitian yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi online shop loliya store dimasa pandemi covid-19?
2. Bagaimana upaya loliya store memaksimalkan fitur-fitur yang tersedia di instagram dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi online shop loliya store dimasa pandemi covid-19?
3. Bagaimana hambatan pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi online shop loliya store dimasa pandemi covid-19?
4. Bagaimana solusi untuk mengatasi hambatan dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi online shop loliya store dimasa pandemi covid-19?

E. Tujuan

Dalam rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi online shop loliya store dimasa pandemi covid-19.
2. Untuk mengetahui upaya loliya store memaksimalkan fitur-fitur yang tersedia di instagram dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi online shop loliya store dimasa pandemi covid-19.

3. Untuk mengetahui hambatan dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi online shop loliya store dimasa pandemi covid-19.
4. Untuk mengetahui solusi untuk mengatasi hambatan dalam pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi online shop loliya store dimasa pandemi covid-19.

F. Kegunaan

Manfaat penelitian yang dilakukan peneliti, sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang komunikasi, khususnya pada kajian komunikasi massa mengenai pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dimasa pandemi covid-19
- 2) Penelitian ini juga bertujuan untuk memperkaya bahan referensi penelitian yang akan datang terkait komunikasi massa, serta menambah khasanah keilmuan bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengaplikasikan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dimasa pandemi covid-19

2. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran untuk para online shop agar bisa memanfaatkan media sosial sebagai media promosi
- 2) Hasil penelitian ini juga bisa dijadikan sarana menyusun strategi pemanfaatan media sosial sebagai media promosi.