

ABSTRAK

Rahma Ihwati. “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi di CV. Mitra Bibit Kecamatan Kemiri Kabupaten Purworejo”. Skripsi. Agribisnis. Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui karakteristik pembeli bibit tanaman di CV. Mitra Bibit kecamatan Kemiri kabupaten Purworejo, 2) Mengetahui media sosial yang digunakan sebagai media promosi bibit tanaman di CV. Mitra Bibit kecamatan Kemiri kabupaten Purworejo, 3) Mengetahui efektivitas penerapan media sosial sebagai media promosi bibit tanaman di CV. Mitra Bibit kecamatan Kemiri kabupaten Purworejo. Metode penelitian ini menggunakan metode survei. Analisis yang digunakan adalah analisis interval kelas. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 orang responden. Hasil dari analisis deskriptif dalam penelitian ini: 1) karakteristik pembeli bibit responden meliputi; umur pembeli responden didominasi umur produktif, tingkat pendidikan paling banyak SMA/ sederajat, tingkat pendapatan didominasi oleh pendapatan sangat tinggi, jumlah pembelian bibit sebanyak 500-1000 batang, jenis pembeli paling banyak pembeli setia, alasan pembelian paling banyak untuk dijual kembali, frekuensi pembelian paling sering dilakukan lebih dari 1 kali, sumber informasi pembelian bibit banyak dilakukan melalui media sosial facebook. 2) Penggunaan media sosial sebagai media promosi meliputi; website sejak tahun 2011, facebook sejak tahun 2011 dengan jumlah pengikut 12 ribu, instagram sejak tahun 2016 dengan jumlah pengikut sebanyak 1.378, serta penggunaan tiktok sejak tahun 2022 dengan jumlah pengikut 2005. Facebook menjadi media sosial paling banyak digunakan oleh pembeli bibit responden. 3) Efektivitas penggunaan website sebagai media promosi adalah tidak efektif, penggunaan facebook adalah sangat efektif, penggunaan instagram adalah cukup efektif, dan penggunaan tiktok adalah efektif. Secara keseluruhan penggunaan media sosial sebagai media promosi adalah cukup efektif.

Kata Kunci: bibit tanaman, efektivitas, media sosial

ABSTRACT

Rahma Ihwati. *"The Use of Social Media as a Promotional Media at CV. Mitra Bibit Kemiri District Purworejo Regency". Thesis. Agribusiness. Faculty of Agriculture, University of Muhammadiyah Purworejo. 2024.*

This study aims to 1) Knowing the characteristics of buyers of plant seeds at CV. Mitra Bibit Kemiri sub-district Purworejo district, 2) Knowing the social media used as a promotional media for plant seeds at CV. Mitra Bibit sub-district Kemiri Purworejo district, 3) Knowing the effectiveness of the application of social media as a promotional media for plant seeds at CV. Mitra Bibit sub-district Kemiri Purworejo district. This research method uses the survey method. The analysis used is class interval analysis. The number of samples in this study were 97 respondents. The results of the descriptive analysis in this study 1) the characteristics of respondent seedling buyers include; the age of respondent buyers is dominated by productive age, the education level is mostly high school / equivalent, the income level is dominated by very high income, the number of seedling purchases is 500-1000 stems, the type of buyer is mostly loyal buyers, the reason for buying is mostly for resale, the frequency of purchases is most often done more than once, the source of information for buying seedlings is mostly done through Facebook social media. 2) The use of social media as promotional media includes; website since 2011, Facebook since 2011 with 12 thousand followers, Instagram since 2016 with 1,378 followers, and the use of tiktok since 2022 with 2005 followers. Facebook is the social media most widely used by respondent seed buyers. 3) The effectiveness of using the website as a promotional media is ineffective, using Facebook is very effective, using Instagram is quite effective, and using TikTok is effective. Overall, the use of social media as a promotional media is quite effective.

Keywords: *plant seeds, effectiveness, social media*