

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun terus mengalami perkembangan pesat, dalam waktu sepuluh tahun saja, sudah banyak perubahan yang terjadi dalam perkembangan teknologi informasi. Perkembangan era teknologi informasi yang begitu maju mempermudah dalam mengakses informasi, terlebih lagi dengan adanya internet. Internet adalah jaringan komputer berskala dunia yang dapat menghubungkan dunia dalam jaringan. Internet dapat menyediakan semua informasi yang dibutuhkan. Internet dapat digunakan dalam pencarian data atau informasi sehingga mempermudah memperoleh informasi dan komunikasi yang dibutuhkan oleh masyarakat umum (Ahmad,2012). Perkembangan teknologi informasi yang maju tentunya sangat membantu dalam berbagai bidang. Salah satunya pembangunan dalam sub sektor peternakan.

Pembangunan dalam sub sektor peternakan dapat meningkatkan kesejahteraan peternak, penggunaan teknologi internet dapat dijadikan sebagai media komunikasi dalam pembangunan di sub sektor peternakan terutama dalam proses pemasarannya. Poetra *et al* (2017) menjelaskan bahwa pemanfaatan internet sebagai media pemasaran saat zaman modern seperti ini, membuat masyarakat terus ingin berubah dan berkembang untuk memenuhi tuntutan zaman. Perubahan metode penjualan menjadi *online* di internet menjadi sebuah gaya



hidup di kalangan masyarakat pada zaman modernisasi dan dapat memberikan keuntungan antara kedua belah pihak.

Menurut penelitian Rohimah (2018) pada era modernisasi, masyarakat lebih banyak mengakses belanja online dibandingkan melakukan kegiatan belanja secara tradisional. Belanja online dapat dilakukan dengan berbagai media online seperti web, bisa dengan aplikasi khusus belanja online (shopee, lazada, tokopedia) atau dengan media sosial (instagram, facebook, tiktok, whatsapp dan lainnya). Menurut Siregar (2001), media *online* dapat diartikan sebagai sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet) di dalamnya terdapat portal berita, website (situs web), radio online, TV *online*, pers *online*, mail *online* dan lain sebagainya, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna atau konsumen memanfaatkannya. Media *online* meliputi banyak platform dan yang paling populer salah satunya adalah media sosial. Media sosial merupakan sebuah sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Dengan semua kemudahan yang diberikan oleh media sosial ini, penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah (Paramitha, 2011). Sehingga dapat dapat disimpulkan bahwa penggunaan media online terutama media sosial sebagai sarana penjualan sangat menguntungkan karena media sosial merupakan media dengan jumlah pengguna aktif yang banyak dibandingkan media online lainnya.



Di Kabupaten 50 Kota Kecamatan Akabiluru Nagari Sariak Laweh, daerah yang memiliki luas daerah 21,36 km masyarakatnya sudah mulai terbuka dengan perkembangan teknologi internet saat ini. Pemanfaatan teknologi internet yang sudah dimanfaatkan oleh masyarakatnya mulai dari platform YouTube yang dimanfaatkan oleh anak mudanya sebagai mata pencarian dengan membuat film pendek, kemudian pemanfaatan platform *google*, *youtube* ,*facebook* sebagai pencarian informasi, serta platform media sosial yang dimanfaatkan sebagai sarana penjualan berbagai produk baik itu pakaian, peralatan ibu rumah tangga dan lain-lain.

Penggunaan media sosial juga pernah dimanfaatkan oleh peternak itik di Nagari Sariak Laweh sebagai media penjualan telur itik. Dari total 53 orang peternak itik di Nagari Sariak Laweh 33 diantaranya pernah menggunakan media sosial sebagai alat penjualan. Namun dengan adanya berbagai faktor kendala seperti jaringan internet yang tidak merata pengetahuan peternak tentang media sosial yang masih minim, waktu untuk mengakses internet yang sedikit, penjualan telur itik dengan menggunakan media sosial tidak berlanjut dan mereka menjual telur itik kembali secara tradisional yaitu dijual ke penadah dan tentu harganya ditentukan oleh penadah. Dengan adanya peternak itik di Nagari Sariak Laweh menggunakan media sosial sebagai alat penjualan dan tidak berlanjut maka ini juga dapat dipengaruhi oleh persepsi peternaknya terhadap penggunaan media sosial.



Dengan adanya permasalahan diatas dan dengan adanya potensi yang dimiliki oleh Nagari Sariak Laweh yang sudah mengenal media sosial sebagai media penjualan telur itik namun tidak berlanjut maka penulis menetapkan judul **“Persepsi Peternak Terhadap Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Penjualan Telur Itik di Nagari Sariak Laweh Kecamatan Akabiluru Kabupaten 50 Kota”**.

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan penjualan telur itik menggunakan media sosial di Nagari Sariak Laweh
2. Bagaimana persepsi peternak itik di Nagari Sariak Laweh terhadap penggunaan media sosial sebagai alat penjualan telur itik

### 1.3. Tujuan

Berdasarkan permasalahan diatas maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan penjualan telur itik menggunakan media sosial sebagai alat penjualan di Nagari Sariak Laweh
2. Untuk mengetahui bagaimana persepsi penjualan telur itik menggunakan media sosial di Nagari Sariak Laweh.



#### 1.4. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana pelaksanaan dan persepsi media sosial oleh peternak itik di Nagari Sariak Laweh. Secara khusus penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi beberapa pihak, di antaranya adalah :

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah suatu pengalaman dan pengetahuan baru mengenai penggunaan media sosial terhadap peternak.
2. Bagi peternak, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan agar peternak lebih mengetahui manfaat dari penggunaan media sosial sebagai media penjualan untuk produk peternakan.

