

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
PEMASARAN AYAM POTONG**
(Studi Kasus pada Usaha Ayam Potong Berkah)

SKRIPSI

Oleh:



OKTRI WULANDARI
1310611020

Pembimbing:

1. Prof. Dr. Ir. James Hellyward, MS, IPU, AseanEng
2. Dr. Ir. Basril Basyar, MM

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2020**

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
PEMASARAN AYAM POTONG**
(Studi Kasus pada Usaha Ayam Potong Berkah)

SKRIPSI

Oleh:



**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Peternakan**

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2020**

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN
AYAM POTONG**
(Studi Kasus Usaha Ayam Potong Berkah)

Oktri Wulandari, dibawah bimbingan
**Prof.Dr.Ir. James Hellyward, MS, IPU, Asean Eng, dan Dr.Ir. Basril
Basyar, MM**
Program Studi Peternakan Bagian Pembangunan dan Bisnis Peternakan
Fakultas Peternakan Universitas Andalas Padang, 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis media sosial apa saja yang dimanfaatkan oleh pemilik Usaha Ayam Potong Berkah di Kota Pariaman. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan wawancara. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi media sosial yang digunakan Usaha Ayam Potong Berkah dalam memasarkan ayam potongnya adalah aplikasi WhatsApp dan Facebook, aplikasi media sosial ini sangat membantu dalam memasarkan ayam potong apalagi di saat masa pandemik Covid-19 sekarang ini.

Kata Kunci : *Peran, Media Sosial, Pemasaran, Pedagang*

