

# **MEDIA SOSIAL**

**(Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)**

Penulis

**Dr. Sugito, SE., M.Si,**

**Aryani Sairun, SE., M.Si**

**Ikbar Pratama, SE., M.Sc., I.Acc**

**Indah Azzahra**

Diterbitkan oleh:

**Universitas Medan Area Press**

# **MEDIA SOSIAL**

## **(Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)**

Penulis

**Dr. Sugito, SE., M.Si,**

**Aryani Sairun, SE., M.Si**

**Ikbar Pratama, SE., M.Sc., I.Acc**

**Indah Azzahra**

Editor

Yuan Anisa, S.Si., M.Si

Annisa Zuhaira, S.Kom

ISBN

**Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian  
Atau seluruh isi buku ini tanpa seizin tertulis dari Penerbit**

Diterbitkan oleh:

**Universitas Medan Area Press**

**Address: Jalan Kolam Nomor 1, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei  
Tuan, Deliserdang, Sumatera Utara**

**Telephone:061-7366878, e-mail: [umapress014@gmail.com](mailto:umapress014@gmail.com)**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu wata'ala, yang telah memberikan nikmat kesehatan, kesabaran dan ketekunan sehingga Buku monograf ini bisa selesai dan dapat menjadi sebagai referensi bagi para pembaca khususnya di lingkungan Universitas Medan Area tercinta.

Buku monograf ini terdiri dari empat bagian, Bab pertama berisi pendahuluan media sosial sebagai media baru dalam perkembangan zaman seperti *facebook, instgram, twitter, youtube, whatapps, tiktok*, Bab kedua mengenai kualitas dari produk dilihat dari konsep produknya yang berasal dari inovasi yang dikembangkan, Bab ketiga membahas tentang perkembangan usaha seperti usaha kuliner , Bab keempat mengenai perkembangan usaha dimsum di kota Medan Johor sehingga dapat terlihat jelas media sosial merupakan inovasi dalam mengembangkan produk terutama kuliner.

Terimakasih penulis ucapkan kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga dapat diterbitkannya buku ini. Buku monograf ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu segala masukan baik berupa saran maupun kritik yang membangun sangat diharapkan sehingga buku monograf ini dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi para pembacanya.

Penulis berharap semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat sebagai referensi tambahan dalam memberikan kontribusi bagi siapa saja yang ingin belajar dan mendalami tentang media sosial (inovasi pada produk dan perkembangan usaha) yaitu usaha kuliner dimsum di Medan Johor.

## DAFTAR ISI

<b>BAB I Media Sosial.....</b>	<b>1</b>
A. Desinisi Media Sosisal.....	1
B. Karakter Media Sosial.....	5
C. Konsep Media Sosial .....	9
D. Klasifikasi Media Sosial .....	10
E. Fungsi Media Sosial.....	12
F. Intensitas Pengguna Media Sosial .....	14
1. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	14
2. Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial .....	17
G. Indikator Media Sosial .....	17
H. Terpaan Media Sosial.....	19
I. Media Sosial dan Kecemasan .....	20
J. Media Sosial dan Penindasan.....	22
K. Dampak Positif dan Negatif Media Sosial .....	23
L. Manfaat Media Sosial .....	26
M. Media Baru <i>New Media</i> .....	29
1. Aplikasi-aplikasi Media Sosial .....	31
a. Facebook Sebagai Media Sosial .....	31
1. Pengertian Facebook .....	31
2. Fitur-fitur Facebook yang dapat dijadikan sebagai media pembelajaran ....	35
3. Dampak Positif dan Negatif Media Sosial Facebook .....	36
b. Instagram Sebagai Media Sosial.....	38

1.	Pengertian Instagram .....	38
2.	Kelebihan Instagram .....	39
3.	Manfaat Instagram .....	40
4.	Fitur-fitur yang terdapat di Instagram.....	41
c.	Sosial Twitter Sebagai Media Sosial .....	42
d.	Youtube Sebagai Media Sosial .....	45
1.	Pengertian Youtube.....	45
2.	Youtube Sebagai Media Promosi .....	47
e.	Whatsapp Sebagai Media Sosial.....	50
1.	Pengertian dan Sejarah Whatsapp.....	51
2.	Dampak Pengguna Media Sosial Whatsapp .....	53
f.	Tiktok Sebagai Media Sosial .....	54
1.	Aplikasi Tiktok .....	54
2.	Iklan Tiktok.....	56
a.	Open Screen ads (Iklan Layer Terbuka).....	56
b.	Informersial.....	56
c.	Product Placement (Penempatan Produk) .....	57
d.	Custom Challenges (Tantangan Khusus).....	57
e.	Stiker Partnership (Kemitraan Stiker) .....	58
3.	Indikator Tiktok Sebagai Media Sosial .....	58
	<b>BAB II Kualitas Produk.....</b>	<b>60</b>
A.	Pengertian Kualitas Produk.....	60
1.	Klasifikasi Produk.....	62

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	64
3. Dimensi Kualitas Produk .....	65
4. Pentingnya Kualitas Produk.....	66
B. Konsep Produk .....	66
C. Faktor Yang Menyebabkan Inovasi .....	67
D. Jenis Inovasi .....	69
E. Tipe Inovasi.....	70
1. Definisi Inovasi Produk .....	70
2. Penggolongan Inovasi Produk .....	70
3. Proses Penerimaan Inovasi Produk .....	71
<b>BAB III Perkembangan Usaha .....</b>	<b>73</b>
A. Strategi Perkembangan Usaha.....	73
B. Pengembangan Bisnis .....	76
1. Pengembangan Produk.....	76
2. Pengembangan Pasar.....	80
3. Pengembangan Organisasi .....	83
C. Tahapan Pengembangan Usaha.....	83
D. Pengertian dan Tujuan Bisnis.....	85
E. Bentuk Organisasi Bisnis .....	91
1. Badan Usaha Perorangan .....	91
2. Persekutuan .....	91
F. Rencana Bisnis.....	92
G. Analisis SWOT .....	96

<b>BAB IV Media Sosial (Inovasi Produk dan Perkembangan Usaha) .....</b>	<b>100</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>136</b>