

**OPTIMALISASI APLIKASI MEDIA SOSIAL
BAGI USAHA KECIL MENENGAH
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Alresqy Wahyuni
131510132**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**OPTIMALISASI APLIKASI MEDIA SOSIAL
BAGI USAHA KECIL MENENGAH
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Alresqy Wahyuni
131510132**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 16 Februari 2017

Yang membuat pernyataan,

Alresqy Wahyuni
131510132

**OPTIMALISASI APLIKASI MEDIA SOSIAL
BAGI USAHA KECIL MENENGAH
DI KOTA BATAM**

**Oleh
Alresqy Wahyuni
131510132**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 16 Februari 2017

**Amrizal, S.Kom., M.SI.
Pembimbing**

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. sebagai Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Amrizal, S.Kom., M.SI. sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi sekaligus selaku pembimbing Skripsi
3. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
4. Orangtua, Keluarga dan Dk Indra yang selalu memberikan doa dan motivasi untuk tetap semangat dalam mencapai tujuan.
5. Teman-teman seperjuangan yang saling memberi semangat demi mensukseskan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayahnya. Amin

Batam, 16 Februari 2017

Penulis

ABSTRAKSI

Pemberdayaan UKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UKM di Kota Batam harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi seperti pemanfaatan aplikasi media sosial, serta perluasan area pemasaran. Perkembangan media sosial yang semakin pesat. Hal ini tidak hanya terjadi pada negara-negara maju saja, di negara berkembang seperti Indonesia juga banyak sekali *user* atau pengguna sosial media. *Google Trends* adalah *tools* untuk meriset kata kunci. *Google Trends* merupakan salah satu produk layanan yang dikeluarkan oleh *Google Inc* dimana mempunyai fungsi utama untuk menunjukkan popularitas *keyword* pencarian pada *Google Search Engine* dari pengguna *Google* di seluruh dunia.

Kata kunci : Media social, *facebook*, *UKM*, *Google Search Engine*, *Google Trends*.

ABSTRACTION

Empowerment of SMEs in the midst of globalization and high competition makes SMEs in Batam should be able mengadapai global challenges, such as improving product innovation, human resources development and utilization of technologies such as social media applications, as well as the expansion of the area of marketing. The development of social media is rapidly increasing. This does not only happen in the industrialized countries, in developing countries such as Indonesia are also a lot of users or users of social media. Google Trends is a tool for researching keywords. Google Trends is a service product released by Google Inc. which has the main function to show the popularity of the keyword search on Google Search Engine from Google users around the world.

Keywords: social media, facebook, SMEs, Google Search Engine, Google Trends.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	iv
ABSTRACTION.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Pembatasan Masalah.....	7
1.4. Perumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Aspek Teoretis.....	8
1.6.2. Aspek Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar	10
2.1.1. Media Sosial	10
2.1.1. Facebook.....	12
2.1.2. SEO (<i>Search Engine Optimization</i>).....	13
2.1.3. Riset Kata Kunci.....	15
2.1.4. Google Trends	15
2.1.5. Usaha Kecil Menengah (UKM).....	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Pemikiran	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	22
3.2. Teknik Pengumpulan Data	24
3.3. Metode Analisis Data	25
3.4. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	26
3.4.1. Lokasi Penelitian	27
3.4.2. Jadwal Penelitian	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	28
4.1.1. Hasil Penelusuran Account Facebook	28
4.2. Pembahasan	32
4.2.1. Optimalisasi Menggunakan Riset Kata Kunci.....	34
4.2.2. Riset Kata Kunci Menggunakan Google Trends	47
4.2.3. Implementasi Teknik <i>Search Engine</i> pada <i>Facebook</i>	53
4.2.4. Pengaruh Implementasi Media Sosial terhadap Pengembangan UKM	55
4.2.5. Implementasi AIDA Model pada Akun <i>Facebook</i>	56

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA	64
----------------------	----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	66
---------------------------	----

LAMPIRAN.....	46
---------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Penggunaan Media Sosial di Indonesia per Januari 2016	3
viii	

Gambar 1.2 Survey Penggunaan Media Sosial di Indonesia per Januari 2016	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 3.1 Desain Penelitian	23
Gambar 4.1 Tampilan Facebook yang belum di Optimalisasi.....	28
Gambar 4.2 Tampilan <i>Facebook</i> yang sudah di Optimalisasi	29
Gambar 4.3 Tampilan Akun yang belum masuk dalam Pencarian <i>facebook</i>	29
Gambar 4.4 Tampilan akun baru <i>facebook</i> yang terlihat pada rating 21	30
Gambar 4.5 Akun <i>facebook</i> Rating Pertama	30
Gambar 4.6 Akun <i>Facebook</i> tetap Rating Pertama	31
Gambar 4.7 Pencarian akun <i>Facebook</i> Rating Pertama setelah Spasi.....	31
Gambar 4.8 Pencarian akun <i>Facebook</i> Rating Pertama tanpa Spasi	32
Gambar 4.9 Tampilan banyak yang <i>Add Friend</i>	33
Gambar 4.10 Informasi yang jelas tentang transaksi	33
Gambar 4.11 <i>Title tag/judul, web domain dan metadescription/deskripsi pages.</i>	34
Gambar 4.12 Pemilihan Kata kunci.....	35
Gambar 4.13 Daftar Akun Baru pada Facebook.....	36
Gambar 4.14 Langkah selanjutnya Pada FacebookMemasang Foto Profil dan Sampul .	37
Gambar 4.15 Membuat Halaman URL.....	37
Gambar 4.16 About (Isi Menggunakan Kata Kunci).....	41
Gambar 4.17 Buat Album dan di Optimasi	41
Gambar 4.18 Urutan 21 pada Opsi Pencarian	44
Gambar 4.19 Tampilan Awal Halaman Google Trends Indonesia	47
Gambar 4.20 Tampilan Awal Halaman Google Trends Indonesia.....	48
Gambar 4.21 Kata Kunci “Baju” yang banyak di cari pelanggan	48
Gambar 4.22 Memasukan 5 kata kunci yang akan dianalisa pada Google Trends.....	48
Gambar 4.23 Analisa pencarian menggunakan Google Trends.....	49
Gambar 4.24 Analisa Google Trends di Indonesia dalam 5 bulan terakhir	49

Gambar 4.25 Menu Naik Tajam pada Google Trends.....	50
Gambar 4.26 Alternatif kata kunci yang sedang Naik Tajam.....	51
Gambar 4.27 Minat kawasan yang melakukan pencarian menggunakan kata kunci “baju couple”	51
Gambar 4.28 Data minat kawasan berdasarkan Kota yang melakukan pencarian menggunakan kata kunci “baju couple” menggunakan mesin pencari Google Trends	52

Gambar 4.29 URL Facebook.....	54
Gambar 4.30 Brosur Pengenalan Produk	56
Gambar 4.31 Membuat tag	57
Gambar 4.32 Informasi Produk	58
Gambar 4.33 Informasi Perusahaan	58
Gambar 4.34 Promosi.....	59

