

## ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MODEL PEMASARAN ABSTRAK

**Aula Annajmuts Tsaqib (NIM. 1320310011). Analisis Media Sosial Sebagai Model Pemasaran Modern Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus *Maxalminuz Clothing Tergo Dawe Kudus*).**

Tujuan penelitian ini adalah: *Pertama*, untuk menjelaskan implementasi penggunaan media sosial melalui *Facebook* sebagai media pemasaran. *Kedua*, untuk mengetahui optimalisasi pemanfaatan media sosial melalui *Facebook* dalam memasarkan produk. *Ketiga*, untuk memberikan penjelasan tentang pandangan ekonomi Islam terhadap pemasaran media sosial melalui *Facebook*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis *field research*, sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam skripsi ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Dan uji analisis data dilakukan secara analisis deskriptif.

Hasil dari penelitian ini adalah implementasi pemasaran melalui media sosial khususnya *Facebook* di *Maxalminuz Clothing* menggunakan *update status*, *posting gambar*, *tagging*, membuat grup dan *fan page*. Optimalisasi penggunaan media sosial khususnya *Facebook* di *Maxalminuz Clothing* memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang ada di *Facebook* sebagai media informasi kepada calon konsumen dan konsumen. Dari perspektif ekonomi Islam pemasaran melalui media sosial khususnya *Facebook* di *Maxalminuz Clothing* adalah boleh karena sesuai dengan prinsip-prinsip *muamalah* yaitu syarat dan rukun jual beli terpenuhi dalam transaksi melalui Internet atau *online*.