

ABSTRAK

Anik Andriani, 210521100058, Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. Hubungan Latar Belakang Sosial Ekonomi Pelaku Usaha Batik Terhadap Rasionalitas Penggunaan Media Sosial Di Desa Tanjung Bumi Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan. Dosen Pembimbing Achmad Syarifudin, S.Sos., M.Sos.

Batik sebagai salah satu identitas budaya bangsa, sehingga ditetapkan UNESCO sebagai warisan budaya bangsa Indonesia. Penyebaran batik sangatlah luas, salah satunya di Pulau Madura yaitu Desa Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan sebagai sentra batik. Pelaku usaha batik memiliki latar belakang yang sosial ekonomi yang berbeda-beda, sehingga hal ini yang menjadi perbedaan pengambilan keputusan atau tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha batik. Adanya penyebaran teknologi pesat memunculkan beragam platform media sosial yang dapat digunakan sebagai sarana pemasaran, namun tidak seluruhnya menggunakannya karena adanya perbedaan latar belakang sosial ekonomi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan latar belakang sosial ekonomi pelaku usaha batik terhadap rasionalitas penggunaan media sosial di Desa Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dilanjutkan ke kuantitatif inferensial. Teknik pengumpulan data berupa observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Populasi pada penelitian ini adalah 49 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling yaitu keseluruhan populasi adalah sampel. Penelitian ini menggunakan teori James S. Coleman sebagai pisau analisis.

Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment menunjukkan nilai signifikansi $>0,05$ yaitu 0,683, sehingga hal ini tidak menunjukkan hubungan yang signifikan antara variabel x dan variabel y. Hasil penelitian ini adalah H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan latar belakang sosial ekonomi pelaku usaha batik terhadap rasionalitas penggunaan media sosial. Sosial ekonomi berupa pendidikan, tingkat pendapatan, skala usaha tidak berhubungan dengan tindakan pelaku usaha karena aktor memiliki mindset dan pikiran yang tidak bisa ditentukan berdasarkan latar belakang sosial ekonomi tersebut.

Kata Kunci: Batik, Sosial Ekonomi, Media Sosial

ABSTRACT

Anik Andriani, 210521100058, Sociology Department, Department of Social and Cultural Sciences, Universitas Trunojoyo Madura. The Relationship between the Socio-Economic Background of Batik Business Actors and the Rationality of Using Social Media in Tanjung Bumi Village, Tanjung Bumi District, Bangkalan Regency. Supervisor Achmad Syarifudin, S.Sos, M.Sos.

Batik is one of the nation's cultural identities, so it was designated by UNESCO as the cultural heritage of the Indonesian people. The spread of batik is very wide, one of which is on Madura Island, namely Tanjung Bumi Village, Bangkalan Regency as a batik center. Batik business actors have different socio-economic backgrounds, so this is the difference in decision making or actions taken by batik business actors. The rapid spread of technology has led to a variety of social media platforms that can be used as a marketing tool, but not all of them use it because of differences in socio-economic backgrounds.

The purpose of this study was to determine the relationship between the socio-economic background of batik business actors and the rationality of using social media in Tanjung Bumi Village, Bangkalan Regency. This research uses descriptive quantitative research followed by inferential quantitative. Data collection techniques are observation, questionnaires, and documentation. The population in this study were 49 respondents. The sampling technique uses total sampling, namely the entire population is sampe. This research uses James S. Coleman's theory as an analysis knife.

The results of the Pearson Product Moment Correlation Test show a significance value > 0.05 , namely 0.683, so this does not show a significant relationship between variable x and variable y. The results of this study are H_0 accepted and H_a rejected, so that this study shows that there is no relationship between the socio-economic background of batik business actors and the rationality of using social media. Socio-economics in the form of education, income level, business scale is not related to the actions of business actors because actors have a mindset and thoughts that cannot be determined based on the socio-economic background.

Keywords: Batik, Socio-Economic, Social Media