

ABSTRAK

Kharisma Linggar Sumukti. 210521100047. Program Studi Sosiologi. Media Pada UMKM Anyaman Pandan Anya Craft (Studi Kasus: Di Desa Munungkerep Kecamatan Kabuh Kabupaten Jombang)

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bentuk jaringan sosial dalam UMKM anyaman pandan *Anya Craft* di Desa Munungkerep, Kecamatan Kabuh, Kabupaten Jombang, serta melihat bagaimana digitalisasi memperkuat jaringan sosial tersebut. Teori yang digunakan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini adalah teori modal sosial Robert D. Putnam. Subjek penelitian ini adalah pemilik UMKM Anya Craft, pemerintah Desa Munungkerep, anggota asosiasi, reseller Anya Craft, mitra UMKM lain, pengelola media sosial. Metode analisis data menggunakan metode dari Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Metode keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan tujuan memahami bagaimana bentuk jaringan sosial UMKM Anya Craft, disimpulkan bahwa melalui *platform* seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, pelaku UMKM mampu membangun ikatan sosial (*bonding social capital*) dengan pelanggan, keluarga, dan komunitas lokal. Membuka peluang untuk memperluas jaringan ke luar komunitas lokal, atau yang disebut sebagai (*bridging social capital*). terdapat akses dengan pemerintah melalui asosiasi yang dinaungi oleh dinas pemerintah dan asosiasi Lembaga non-pemerintah yang disebut sebagai (*Linking Social Capital*).

Kata Kunci: Jaringan Sosial, instagram, UMKM, Anya Craft

ABSTRACT

Kharisma Linggar Sumukti. 210521100047. Sociology Study Program. Instagram Social Media in Enhancing Social Networks for Small and Medium Enterprises UMKM in the Pandan Weaving Industry Anya Craft (Case Study: In Munungkerep Village, Kabuh District, Jombang Regency)

This study aims to understand the form of social networks in Anya Craft's pandan weaving UMKM in Munungkerep Village, Kabuh District, Jombang Regency, and to see how digitization strengthens these social networks. The theory used as the analytical framework in this study is Robert D. Putnam's social capital theory. The research subjects include the owner of Anya Craft UMKM, the Munungkerep Village government, association members, Anya Craft resellers, other UMKM partners, and social media managers. Data analysis methods employ the approach by Miles and Huberman, which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The data validity method used source triangulation. Based on the results of the research conducted with the aim of understanding the form of the Anya Craft UMKM social network, it was concluded that through platforms such as Instagram, Facebook, and WhatsApp, UMKM actors are able to build social bonds (bonding social capital) with customers, families, and local communities. expanding the network beyond the local community, or what is known as (bridging social capital), access to the government through associations under the auspices of government agencies and non-governmental organizations known as (linking social capital).

Keywords: Social Media, Instagram, UMKM, Anya Craft