

ABSTRACT

The aims of this study are to identify and to describe the Social Media as promotion tools in selling the handmade batik. Its used a qualitative descriptive methods using an interactive case study strategy. The data collected by observing passive participations, in-depth interviews and documentations. Selected the 7 informants using snowball sampling techniques. Using this analysis, the results showed that the social media effect on the sale of the handmade batik. Current, its use Instagram and Facebook for advertising as so easy being attractive the targets and easy to give comments that can be domino effect for strengthening the product image. Next, the sales have relatively increased than using conventional sales methods only.

Keywords: Utilization, Social Media, Promotion, Handmade Batik.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pejualan Batik Tulis Madura (Studi Pada Pengrajin Batik Tulis Tanjung Bumi)” yang bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan Media Sosial sebagai sarana promosi penjualan batik tulis. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan strategi interaktif studi kasus. Penelitian ini mendapatkan data dengan tahap observasi partisipasi pasif, wawancara mendalam dan dokumentasi kepada 7 informan yang dipilih menggunakan tehnik snowball sampling. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh bahwa media sosial berpengaruh dalam pejualan Batik Tulis, dimana Media promosi dan penjualan digunakan oleh para pengrajin batik tulis madura yaitu *instagram* dan *facebook* karena kemudahannya dalam menarik perhatian dari target dan kemudahan berinteraksi dengan komentar sebelumnya yang akan memberikan efek domino yang dapat memperkuat *image* dari produk. Dengan media sosial penjualan relatif meningkat dari pada sebelumnya yang hanya menggunakan metode penjualan konvensional. Dalam menggunakan *instagram* untuk promosi 100% gratis, sehingga banyak penghematan yang bisa di lakukan penjual dalam melakukan promosi.

Kata Kunci : Media Sosial, Sarana Promosi, Batik Tulis