

Riwayat Hidup

Biodata Diri:

Nama : Puguh Kurniawan
Tempat tanggal lahir : Pati, 28 Maret 1997
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Status : Mahasiswa
Hobbi : Travelling
Motto hidup : Dream, Believe and Make It Happen
Fakultas/jurusan : Ekonomi/Manajemen
No Hp : 085257107502
Email : puguhkurniawan74@gmail.com

Pendidikan:

SD : SD Negeri 1 Luwang
SMP : SMP Negeri 2 Tayu
SMA : SMK Muhammadiyah 2 Tayu
Perguruan tinggi : Universitas Trunojoyo Madura

MOTTO

DREAM, BELIEVE AND MAKE IT HAPPEN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Ayah, ibu dan saudara dirumah yang memberikan dukungan doa, waktu, materi
yang tidak ada henti-hentinya.

Kemudian skripsi ini saya persembahkan juga kepada semua orang selalu
mendampingi saya dari proses pembuatan skripsi hingga tahap akhir

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah Wa Syukurillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayahnya penyusunan skripsi yang berjudul **“PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN PADA BATIK TULIS KHAS TANJUNG BUMI BANGKALAN”** ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.

Perjalanan panjang dan berbagai kendala telah penulis lalui dalam rangka untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada Bapak Dr. H. Muh. Syarif, Drs. Ec. M.Si selaku Rektor Universitas Trunojoyo Madura.
2. Kepada Bapak Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
3. Kepada Bapak Dr. Mohammad Arief, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
4. Dr. H. Muh. Syarif, Drs. Ec. M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan kepada Ibu Hj. Evaliati Amaniyah, S.E., M.S.M Selaku Dosen Pembimbing II patutlah kiranya saya berterima kasih dan tiada kata lain selain berterima kasih karena bantuan baik secara moral maupun materi, dengan segala kesibukan masing-masing baik dalam pekerjaan maupun pendidikan,

namun masih bersedia untuk membimbing dan menuntun penulis dalam penyusunan skripsi agar berjalan dengan tepat waktu

5. Kepada kedua orang tua, Bapak Sukur dan Ibu Tri Handayani Sulis Tyaningrum tercinta yang senantiasa memberikan wejangan, doa dan dukungan kepada penulis, sehingga tanpa bantuan beliau penulis tidaklah bisa menjadi pelajar yang terdidik dengan baik.
6. Kepada teman seperjuangan ade, rido, indah, teguh, angga, endah, vivi dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membutuhkan dan semoga Allah SWT memberikan perlindungan kepada kita semua.

7 Januari 2019

Puguh Kurniawan

ABSTRACT

Puguh Kurniawan, The Utilization an Instagram as Modern of Marketing Communication in Batik Tulis from Tanjung Bumi Bangkalan. Under of dedicate from Dr. Drs. Ec. H. Muh. Sharif, M.si and Hj. Evaliati Amaniah, SE, MSM.

This research has purpose to explore benefits an Instagram as Modern of Marketing Communication in Batik tulis at Tanjung Bumi Bangkalan.

This research use of descriptive qualitative method. The data is analyzed with interviews and informants in Batik Tulis from Tanjung Bumi Bangkalan. The sources of data in this study are using the primary data. Subjects in this study there are four research subjects, one of them are four as research subjects also informant. Technique of collectin data in this study using the interview, observation and documentation. Mechanical of validity of the data in this study using observations diligence and check recheck. Techniques of analysis data in this study using data reduction, data presentation and conclusion.

The result in this research is showed the utilization an Instagram for modern of marketing communication In Batik Tulis from Tanjung Bumi Bangkalan have already effective. Because of an instagram give a lot of benefits such as more easy for selling product to conduct the sales promotion, an instagram could be more easy for buyers and sellers to communicate and giving many benefits to the seller and getting the advantage of the seller from Instagram alsk could be increase in sales. Instagram gives a lot of benefits to prospective customers as facilitate in marketing such as the potential of consumers will make an easy to obtain the desired product without come to the store, and instagram allow potential customers to communicate with the seller.

Keywords: Instagram, Modern of Marketing Communication.

ABSTRAK

Puguh Kurniawan, Pemanfaatan Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Tulis Khas Tanjung Bumi Bangkalan. Di bawah bimbingan Bapak Dr. Drs. Ec. H. Muh. Syarif, M.si dan Ibu Hj. Evaliati Amaniah, S.E., M.S.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengeksplorasi Pemanfaatan *Instagram* sebagai Komunikasi Pemasaran Modern pada Batik Tulis Khas Tanjung Bumi Bangkalan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data yang dianalisis adalah hasil wawancara dengan informan pada Batik Tulis Khas Tanjung Bumi Bangkalan. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Subjek dalam penelitian ini semuanya ada empat subjek penelitian, dimana empat subjek penelitian yang dijadikan informan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan ketekunan pengamatan dan member check. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemanfaatan Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Tulis Khas Tanjung Bumi Bangkalan sudah efektif. Karena instagram memberikan manfaat seperti memudahkan penjual untuk melakukan promosi penjualan, instagram memudahkan penjual berkomunikasi dengan pembeli dan instagram memberikan manfaat kepada penjual seperti dengan memanfaatkan instagram penjual mengalami suatu kenaikan dalam penjualannya. Dan instagram memberikan manfaat untuk calon konsumen seperti memudahkan dalam melakukan pembelian suatu produk seperti contoh calon konsumen akan mudah mendapatkan produk yang diinginkan tanpa harus datang ke toko, dan instagram memudahkan calon konsumen berkomunikasi dengan penjual.

Kata Kunci : Instagram, Komunikasi Pemasaran Modern.

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Promosi	6
2.1.2 Teknologi	12
2.1.3 Internet	14
2.1.4 Media Online	15
2.1.5 Media Sosial	16
2.1.6 Instagram	32
2.1.7 Komunikasi Pemasaran	36
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Kerangka Berfikir	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Instrumen Penelitian	51

3.3 Definisi Operasional Variabel	51
3.4 Populasi Dan Sampel Penelitian	53
3.5 Sumber Data	54
3.6 Subjek Penelitian	55
3.7 Objek Penelitian	57
3.8 Unit Analisis	57
3.9 Teknik Pengumpulan Data	57
3.10 Teknik Keabsahan Data	60
3.11 Teknik Analisis Data	61

BAB IV HASIL DAN PEMBAHSAN..... 63

4.1 Gambaran Umum	63
4.1.1 Sejarah Batik Tulis Khas Tanjung Bumi Bangkalan	63
4.2 Keabsahan Data	65
4.2.1 Observasi	65
4.2.2 Wawancara	66
4.2.3 Dokumentasi	70
4.3 Hasil Penelitian	70
4.4 Pembahasan	92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 110

5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Saran	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	37
Gambar 2.2 Perbedaan Proses Komunikasi Dan Pemasaran.....	38
Gambar 2.3 Bagan Marketing Communication	39
Gambar 2.4 Kerangka Berfikir	48