

Nomor :441/UN8. 1.2.5.4/Skripsi/2026

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
USAHA PENJAHIT FVIE BOUTIQUE DI KABUPATEN KOTABARU**

SKRIPSI

OLEH :

RANI DAMAYANTI

2210114320032



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
JURUSAN PENDIDIKAN SOSIOLOGI
BANJARMASIN
2026**

Number : 441/UN8. 1.2.5.4/Skripsi/2026

**THE ROLE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN IMPROVING FVIE
BOUTIQUE TAILORING BUSINESS IN KOTABARU DISTRICT**

SARJANA'S THESIS

By :

RANI DAMAYANTI

REG NUMBER 2210114320032



**LAMBUNG MANGKURAT UNIVERSITY
FACULTY TEACHER TRAINING AND EDUCATION
DEPARTMENT OF SOCIOLOGY EDUCATION
BANJARMASIN
2026**

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
USAHA PENJAHIT FVIE BOUTIQUE DI KABUPATEN KOTABARU**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Menyelesaikan Jurusan Strata-1 Pendidikan Sosiologi**

Oleh: RANI DAMAYANTI

NIM 2210114320032

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
JURUSAN PENDIDIKAN SOSIOLOGI
BANJARMASIN
2026**

**THE ROLE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN IMPROVING FVIE
BOUTIQUE TAILORING BUSINESS IN KOTABARU DISTRICT**

SARJANA'S THESIS

**Submitted to Fulfill One of the Requirements in
Completing the Undergraduate
Program in Sociology Education**

By :

RANI DAMAYANTI

REG NUMBER 2210114320032

**LAMBUNG MANGKURAT UNIVERSITY
FACULTY TEACHER TRAINING AND EDUCATION
DEPARTMENT OF SOCIOLOGY EDUCATION
BANJARMASIN
2026**

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
USAHA PENJAHIT FVIE BOUTIQUE DI KABUPATEN KOTABARU**

Oleh:

RANI DAMAYANTI

NIM 2210114320032

Disetujui untuk Sidang Skripsi

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Hj. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd.

NIP. 196212121987032003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Sosiologi



Dr. Dra. HJ. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd.

NIP. 196212121987032003

**THE ROLE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN IMPROVING FVIE
BOUTIQUE TAILORING BUSINESS IN KOTABARU DISTRICT**

By:

RANI DAMAYANTI

REG NUMBER. 2210114320032

Approved for Defend

Advisor



Dr. Dra. Hj. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd.

NIP. 196212121987032003

Approved by,

Head of Department Sociology Education



Dr. Dra. Hj. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd.

NIP. 196212121987032003

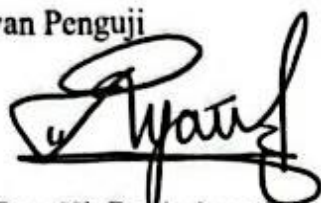
LEMBAR PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Rani Damayanti, NIM 2210114320032

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada 2026

Dewan Penguji



Dr. Dra. Hj. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd.

Ketua

NIP. 196212121987032003



Alfisyah S.Ag, M.Hum., M.Pd.

Anggota

NIP. 197408052006042002



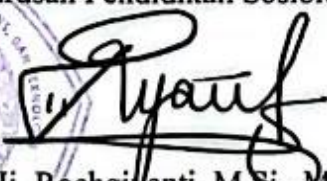
Rahmat Nur S.Pd., M.Pd

Anggota

NIP. 199111132019031012

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Sosiologi



Dr. Dra. Hj. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd.

NIP. 196212121987032003

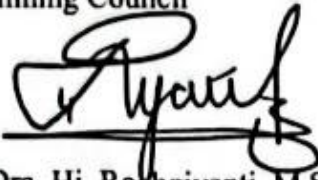
LETTER OF APPROVAL

Sarjana's Thesis by Rani Damayanti, Reg Number 2210114320032

Has been defended in front of the examining council

On 2026

Examining Council



Dr. Dra. Hj. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd.

Chair Person

NIP. 196212121987032003



Alfisyah S.Ag, M.Hum., M.Pd

Member

NIP. 197408052006042002



Rahmat Nur S.Pd., M.Pd

Member

NIP. 199111132019031012

Approved by,

Head of Department Sociology Education



Dr. Dra. Hj. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd

NIP. 196212121987032003

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rani Damayanti

NIM : 2210114320032

Jurusan : Pendidikan Sosiologi

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplak dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Hal-hal yang berkaitan dengan teknik penulisan, telah sesuai dengan pedoman penulisan karya ilmiah Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.

Banjarmasin, Mei 2026

Yang Membuat Pernyataan



Rani Damayanti

NIM. 2210114320032

ABSTRAK

Rani Damayanti, 2026. *Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Usaha Penjahit Fvie Boutique di Kabupaten Kotabaru*. Skripsi Jurusan Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: Rochgiyanti.

Kata Kunci: Media Sosial, Instagram, Strategi Promosi, UMKM, Usaha Jasa Jahit

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha. Namun, tidak semua pelaku usaha mampu memanfaatkan media sosial secara optimal untuk meningkatkan usaha dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Penjahit Fvie Boutique di Kabupaten Kotabaru merupakan salah satu usaha jasa jahit yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan strategi promosi usaha Penjahit Fvie Boutique melalui media sosial Instagram, dan (2) mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pemanfaatan Instagram untuk mengembangkan usaha.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Informan dalam penelitian ini berjumlah tujuh orang yang terdiri dari pemilik usaha, empat karyawan, dan dua konsumen yang aktif berinteraksi melalui Instagram. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji dengan triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi promosi yang diterapkan meliputi highlight yang mengelompokkan konten sesuai kategori Instagram, testimoni berupa foto dan video hasil jahitan dengan teknik slow motion yang menonjolkan detail, interaksi konsumen yang aktif melalui komentar dan Direct Message, serta pelayanan pelanggan yang responsif dan komunikatif; (2) faktor pendukung meliputi pemanfaatan fitur Instagram, kualitas visual konten dan perangkat pendukung, serta jaringan/pengikut yang luas, sedangkan faktor penghambat meliputi keterbatasan waktu dan sumber daya manusia, keterbatasan ide konten dan kemampuan teknis, kendala teknis, serta keterbatasan informasi yang lengkap bagi konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Instagram berperan penting dalam meningkatkan usaha Penjahit Fvie Boutique melalui perluasan jangkauan promosi, peningkatan interaksi dengan konsumen, serta penguatan branding usaha. Saran yang dapat diberikan adalah pemanfaatan media sosial secara konsisten dan strategis perlu terus dikembangkan agar mampu mendukung keberlanjutan dan daya saing usaha jasa jahit di tingkat lokal.

ABSTRACT

Rani Damayanti, 2026. The Role of Instagram Social Media in Enhancing the Business of Fvie Boutique Tailoring Services in Kotabaru Regency. Undergraduate Thesis, Department of Sociology Education, Faculty of Teacher Training and Education, Universitas Lambung Mangkurat. Supervisor: Rochgiyanti.

Keywords: Social Media, Instagram, Promotional Strategy, MSMEs, Tailoring Services

The development of digital technology has encouraged micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to utilize social media as a means of promotion and business development. However, not all business actors are able to optimally use social media to improve their businesses and reach a wider range of consumers. Fvie Boutique Tailoring Services in Kotabaru Regency is one of the businesses that utilizes Instagram as a promotional medium. This study aims to: (1) describe the promotional strategies of Fvie Boutique through Instagram social media, and (2) identify the supporting and inhibiting factors in the use of Instagram to develop the business.

This study employed a qualitative method with a case study approach. The informants consisted of seven individuals, including the business owner, four employees, and two consumers who actively interact through Instagram. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The data were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing. Data validity was ensured through source, technique, and time triangulation.

The results of the study show that: (1) the promotional strategies implemented include highlights that group content according to Instagram categories, testimonials in the form of photos and videos of stitching results with slow motion techniques that highlight details, active consumer interaction through comments and Direct Messages, and responsive and communicative customer service; (2) supporting factors include the use of Instagram features, the visual quality of content and supporting devices, and extensive networks/followers, while inhibiting factors include limited time and human resources, limited content ideas and technical capabilities, technical constraints, and limited complete information for consumers.

Based on the findings, it can be concluded that Instagram plays a significant role in enhancing the business of Fvie Boutique by expanding promotional reach, increasing interaction with consumers, and strengthening business branding. It is recommended that the use of social media be carried out consistently and strategically in order to support the sustainability and competitiveness of tailoring service businesses at the local level.

KATA PENGHANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, karena berkat beliau manusia dapat menuju zaman yang terang benderang dengan penuh ilmu pengetahuan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, pengalaman, serta kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E, M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Sunarno Basuki, Drs., M. Kes., AIFO selaku Dekan Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Dra. Hj. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat. Sekaligus pembimbing yang telah sabar dan banyak memberikan nasehat, saran, masukan, bantuan, serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini agar menjadi tulisan yang sangat baik.

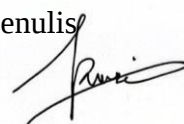
4. Ibu Alfisyah, S.Ag M.Hum M.Pd. selaku penguji 1 yang telah teliti memberikan masukan dan saran dalam penulisan skripsi ini agar menjadi tulisan yang sangat baik.
5. Bapak Rahmat Nur S.Pd., M.Pd selaku penguji 2 yang telah banyak memberikan masukan dan saran dalam penulisan skripsi ini
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta Admin Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu dan memberikan bantuan semasa penulis menempuh pendidikan.
7. Seluruh staff akademik Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.
8. Seluruh informan yang bersedia memberikan waktu dan informasi kepada penulis untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga tercinta yakni Papa, Mama, Kakak, dan Adek yang selalu memberikan do'a, semangat, serta dukungan agar skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
10. Keluarga kedua penulis yakni Dea Puspita, Putri marshanda, dan Milda Ariyani yang terus menerus mendukung dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi.
11. Teman terdekat penulis M. Yasir Rizqullah, Noor Azizah Damayanti yang telah memberikan dukungan, semangat, dan menjadi tempat berbagi berbagai hal dalam skripsi ini hingga akhir.

12. Seluruh teman seperjuangan angkatan 2022 Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.
13. Kepada teman sebangku SMA saya dulu Syifani Bilqis yang telah memberikan dukungan dan selalu mendengarkan curhatan saya dari A sampai Z
14. Kepada kevin teman dekat saya yang juga selalu menemani saya dalam pengerjaan skripsi ini
15. Terakhir, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada diri sendiri. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap di jalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Terima kasih kepada raga ini yang terus melangkah, meski melewati berbagai fase sulit dalam kehidupan ini. Semoga ke depannya raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap proses kehidupan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan, sehingga segala kritik dan saran yang membangun demi lebih baiknya skripsi ini. Akhirnya, penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi kita semua dan atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Banjarmasin, Mei 2026

Penulis



Rani Damayanti
NIM 2210114320032

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGHANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Rumusan Masalah.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Teori Adopsi Teknologi (Technology Acceptance Model / TAM).....	13
1. Pengertian Teori Adopsi Teknologi (Technology Acceptance Model / TAM)	13
2. Faktor Internal dan Eksternal UMKM.....	14
3. Konsep Digital Marketing pada UMKM.....	15
B. Teori Strategi Komunikasi Pemasaran.....	16
1. Pengertian Teori Strategi Komunikasi Pemasaran.....	16
2. Komponen Strategi Komunikasi Pemasaran	18
3. Strategi Promosi di Media Sosial	20

BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Metode Penelitian	22
B. Lokasi Penelitian	23
C. Sumber Data	24
D. Instrumen Penelitian	28
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Teknik Analisis Data.....	41
G. Pengujian Keabsahan Data	47
H. Jadwal Penelitian	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	57
1. Letak Geografis dan Luas Wilayah.....	57
2. Agama.....	59
3. Profil Informan	61
B. Temuan Penelitian	64
1. Strategi Promosi Usaha Penjahit Fvie Boutique dengan Menggunakan Media Sosial Instagram	64
1. Highlight	64
2. Testimoni	70
3. Interaksi Konsumen	77
4. Interaksi & Pelayanan Pelanggan	86
2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pemanfaatan Instagram untuk Mengembangkan Usaha Penjahit Fvie Boutique.....	91
a. Faktor Pendukung	92
1. Pemanfaatan Fitur Instagram	92

2. Kualitas Visual dan Perangkat Pendukung.....	93
3. Jaringan/Pengikut yang Luas.....	95
b. Faktor Penghambat	99
1. Keterbatasan Waktu dan Sumber Daya Manusia	100
2. Keterbatasan ide konten dan kemampuan teknis.....	101
3. Kendala Teknis	102
4. Keterbatasan Informasi bagi Konsumen.....	104
C. Pembahasan	107
1. Strategi Promosi Usaha Penjahit Fvie Boutique dengan Menggunakan Media Sosial Instagram	107
a. Highlight	109
b. Testimoni	111
c. Interaksi dengan Konsumen	112
d. Pelayanan Pelanggan	113
2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pemanfaatan Instagram untuk Mengembangkan Usaha Penjahit Fvie Boutique di Kabupaten Kotabaru	114
a. Faktor Pendukung Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada Usaha Penjahit Fvie Boutique	117
1) Pemanfaatan fitur Instagram.....	117
2) Kualitas visual dan perangkat pendukung	117
3) Jaringan/pengikut yang luas	118
b. Faktor Penghambat Pemanfaatan Media Sosial Instagram pada Usaha Penjahit Fvie Boutique	119
1) Keterbatasan waktu dan sumber daya Manusia.....	119
2) Keterbatasan ide konten dan kemampuan teknis.....	120
3) Kendala teknis	121

4) Keterbatasan informasi bagi konsumen.....	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	123
A. Kesimpulan.....	123
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN – LAMPIRAN	129

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Gambaran Strategi Promosi Usaha Penjahit Fvie Boutique dengan Menggunakan Media Sosial Instagram	109
Bagan 4.2 Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pemanfaatan Instagram untuk Mengembangkan Usaha Penjahit Fvie Boutique di Kabupaten Kotabaru	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kelurahan Baharu Selatan.....	58
Gambar 4.2 Profil Instagram Fvie Boutique	69
Gambar 4.3 Video Reels / Feed.....	76
Gambar 4.4 Interaksi dengan Konsumen	84
Gambar 4.5 Interaksi & Pelayanan Pelanggan.....	90
Gambar 4.6 Kemampuan Menggunakan Fitur-Fitur Instagram.....	97
Gambar 4.7 Faktor Penghambat.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Followers Penjahit Fvie Boutique	5
Tabel 3.1 Informan Penelitian	25
Tabel 4.1 Batas Wilayah Kotabaru	57
Tabel 4.2 Penduduk Berdasarkan Agama	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Informan	130
Lampiran 2 Pedoman Observasi	131
Lampiran 3 Pedoman Wawancara.....	133
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	142
Lampiran 5 Surat Penunjukan Pembimbing	145
Lampiran 6 Kartu Menonton Seminar Proposal	146
Lampiran 7 Kartu Menonton Sidang Skripsi	147
Lampiran 8 Buku Bimbingan Skripsi	148
Lampiran 9 Halaman Pengesahan Proposal	152
Lampiran 10 Surat Berita Acara Ujian Seminar Proposal	153
Lampiran 11 Surat Izin Penelitian dari Dekan	154
Lampiran 12 Halaman Pengesahan Seminar Hasil	155
Lampiran 13 Berita Acara Seminar Hasil	156
Lampiran 14 Revisi Seminar Hasil Penguji 1	157
Lampiran 15 Revisi Seminar Hasil Penguji 2	158
Lampiran 16 Surat Selesai Izin Penelitian	159
Lampiran 17 Kartu Bimbingan Jurnal.....	160
Lampiran 18 Halaman Pengesahan Skripsi.....	162
Lampiran 19 Berita Acara Ujian Sidang Skripsi.....	163
Riwayat Hidup	164