

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRAC	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Penegasan Istilah	10
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Transformasi Digital	14
1. Pengertian Transformasi Digital	14
2. Sejarah Transformasi Digital	16
B. Konsep Dasar Difusi Inovasi	18
1. Teori Difusi Inovasi	18
2. Inovasi dalam Perspektif Difusi	20
3. Saluran Komunikasi	23
C. Media Sosial	28
D. Instagram	31

E. Penelitian Terdahulu.....	34
F. Kerangka Teoritik.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Rancangan Penelitian.....	40
B. Kehadiran Peneliti.....	40
C. Lokasi Penelitian.....	41
D. Data dan Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Analisis Data.....	45
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	48
H. Tahap Penelitian.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
B. Paparan Data	55
1. Proses Transformasi Digital UMKM Batik Mawar Putih Blitar Melalui Instagram ..	55
2. Strategi Menggunakan Instagram untuk Menarik Perhatian dan Membangun Kedekatan dengan Audiens	58
3. Dampak Transformasi Digital terhadap Perkembangan Usaha Batik Mawar Putih...	62
BAB V PEMBAHASAN	67
A. Proses Transformasi Digital UMKM Batik Mawar Putih Blitar melalui Instagram ..	67
B. Strategi Batik Mawar Putih Blitar dalam Menggunakan Instagram untuk Menarik Perhatian dan Membangun Kedekatan dengan Audiens	70
C. Dampak Transformasi Digital terhadap Perkembangan Usaha Batik Mawar Putih Blitar	72
BAB VI PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Skema Kerangka Teoritik (Deskriptif)	39
Gambar 2 Batik Border dan Jahit Sekar Tanjung Mas 2017	53
Gambar 3 Penggunaan hashtag pada postingan produk Batik Mawar Putih, 5 Mei 2025	56
Gambar 4 highlight sebagai katalog digital	60
Gambar 5 Pemilik Sekaligus Pengelola Akun Instagram Batik Mawar Putih Blitar Santika Mawar 27 Mei 2025	101
Gambar 6 Pelanggan Batik Mawar Putih Blitar, Kak Selly 28 Mei 2025	101
Gambar 7 Pelanggan Batik Mawar Putih Blitar Bu Diah 28 Mei 2025	101
Gambar 8 Produk Offline Store Batik Mawar Putih Blitar 27 Mei 2025	102
Gambar 9 Proses Pembuatan Batik	102
Gambar 10 Logo Batik Mawar Putih	102
Gambar 11 Tampilan Feed Akun Instagram @batikmawarputih	103
Gambar 12 Contoh Unggahan Konten Promosi	103
Gambar 13 Caption yang menunjukkan interaksi dengan audiens	103
Gambar 14 Komentar Pelanggan Merupakan Bentuk Interaksi Aktif	104
Gambar 15 Jumlah Like Menunjukkan Respon Pasif	104

DAFTAR TABEL

tabel 1 Penelitian Terdahulu	37
tabel 2 Temuan Penelitian	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Pemilik Batik Mawar Putih Blitar, Ibu Santik Mawar 27 Mei 2025	90
Lampiran 2 Wawancara Pengelola Akun Instagram @batikmawarputih Ibu Santika Mawar 27 Mei 2025	90
Lampiran 3 Wawancara Pelanggan Batik Mawar Putih Kak Selly (26 tahun) 28 Mei 2025	97
Lampiran 4 Wawancara Pelanggan Batik Mawar Putih Bu Diah (35 tahun) 28 Mei 2025	99
Lampiran 5 Dokumentasi Saat Wawancara	99
Lampiran 6 Dokumentasi Observasi	102
Lampiran 7 Cuplikan Konten Instagram	103
Lampiran 8 Bentuk Interaksi dan Respon Dari Audiens	104
Lampiran 9 Instrumen Penelitian	105
Lampiran 10 Biodata Penulis	108
Lampiran 11 Kartu Bimbingan Skripsi	109