

ABSTRAK

Tegar Perdana Hidayatulloh, NIM 1218030209, Tahun 2025, dengan judul skripsi “*TRANSFORMASI PEMASARAN UMKM DI ERA DIGITAL: Penggunaan Instagram oleh UMKM Fashion di Kota Bandung*”

Pesatnya transformasi digital telah memaksa pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) fashion di Kota Bandung untuk beralih dari pola pemasaran konvensional ke platform digital seperti Instagram. Namun, transisi ini tidak sekadar perubahan teknis, melainkan memicu kompleksitas sosial baru. Pelaku usaha menghadapi tekanan besar untuk terus beradaptasi dengan algoritma yang dinamis dan tuntutan estetika visual yang tinggi. Masalah muncul ketika teknologi yang diharapkan mempermudah bisnis justru menciptakan ketidakpastian dan beban kerja baru yang mengaburkan batasan ruang serta waktu bagi para penggunanya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis secara mendalam implikasi sosiologis dari penggunaan media sosial Instagram terhadap strategi pemasaran UMKM fashion di Kota Bandung. Secara khusus, penelitian ini berusaha memotret bagaimana teknologi digital merestrukturisasi kinerja bisnis dan mengubah relasi sosial antara produsen dan konsumen di tengah ekosistem industri kreatif lokal yang sangat kompetitif.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menggunakan teori "Lokomotif Modernitas" (*The Juggernaut of Modernity*) yang dicetuskan oleh Anthony Giddens. Fenomena ini dibedah dengan melihat teknologi digital sebagai infrastruktur sistem pakar (*expert systems*) yang mendorong kondisi modernitas tinggi (*high modernity*). Dalam kerangka ini, penggunaan Instagram dipandang sebagai bentuk refleksivitas diri, di mana individu terus-menerus mengevaluasi praktik sosial mereka berdasarkan aliran informasi digital.

Metodologi yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Pemilihan informan dilakukan melalui teknik *purposive sampling* yang melibatkan sepuluh individu kunci, terdiri dari lima pemilik UMKM fashion dan lima konsumen yang melakukan transaksi rutin di Instagram. Teknik pengumpulan data dilaksanakan melalui triangulasi yang meliputi observasi aktivitas digital dan wawancara mendalam (*in-depth interview*). Pendekatan ini dipilih untuk menggali secara holistik keunikan interaksi digital dan dinamika sosial yang terjadi di lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memfasilitasi mekanisme penjarakan ruang dan waktu (*time-space distancing*), yang memungkinkan ekspansi pasar global melampaui batas geografis. Selain itu, terjadi proses pelepasan (*disembedding*) kepercayaan, di mana kredibilitas usaha bergeser dari interaksi tatap muka ke kepercayaan pada sistem pakar visual. Namun, ditemukan pula risiko yang diproduksi sendiri (*manufactured risk*), yakni fenomena "penjajahan waktu" dan kelelahan digital (*digital burnout*) akibat tuntutan respon cepat (*fast response*). Temuan ini menegaskan bahwa laju digitalisasi membawa kemajuan sekaligus risiko sosiologis yang signifikan bagi pelaku UMKM.

Kata Kunci: Instagram, UMKM Fashion Bandung, Lokomotif Modernitas