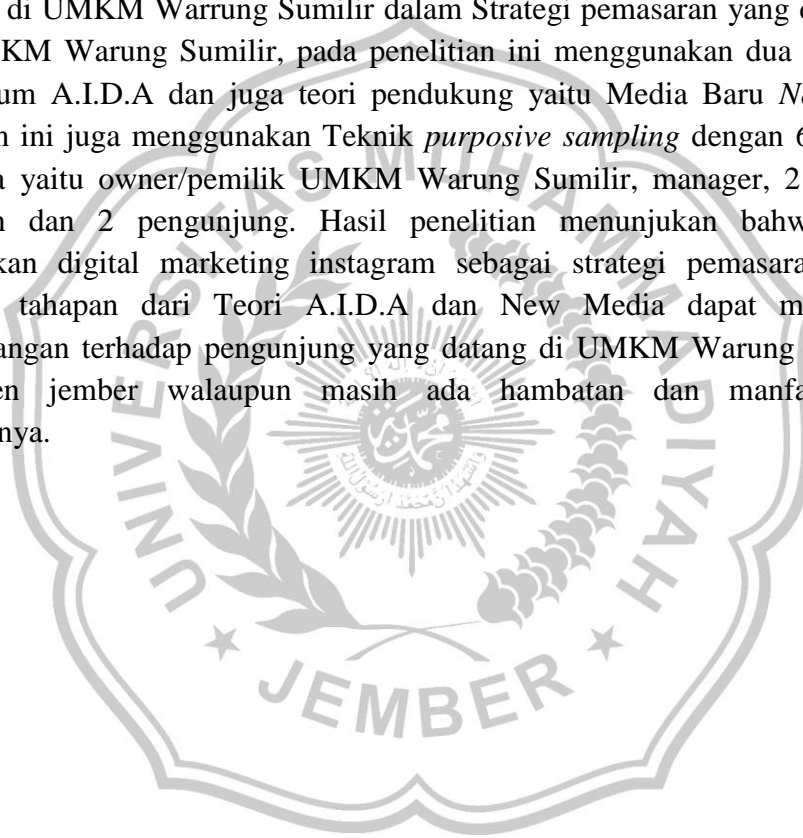


## ABSTRAK

Abdillah Faqih Fahrefi 2022. Penerapan Digital Marketing Instagram Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Warung Sumilir Kabupaten Jember. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing : Suyono S.H, M.I.Kom.

**Kata Kunci :** Digital Marketing, Instagram, Strategi Pemasaran, UMKM

Skripsi ini mengkaji tentang Penerapan Digital Marketing Instagram Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Warung Sumilir Kabupaten Jember. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penerapan Digital Marketing yang ada di UMKM Warung Sumilir dalam Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Warung Sumilir, pada penelitian ini menggunakan dua teori yaitu teori umum A.I.D.A dan juga teori pendukung yaitu Media Baru *New Media*. Penelitian ini juga menggunakan Teknik *purposive sampling* dengan 6 informan diantaranya yaitu owner/pemilik UMKM Warung Sumilir, manager, 2 karyawan karyawan dan 2 pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan digital marketing instagram sebagai strategi pemasaran melalui beberapa tahapan dari Teori A.I.D.A dan New Media dapat memberikan perkembangan terhadap pengunjung yang datang di UMKM Warung Sumilir di Kabupaten jember walaupun masih ada hambatan dan manfaat dalam penerapannya.



## ABSTRACT

Abdillah Faqih Fahrefi 2022. Application of Instagram Digital Marketing as a Marketing Strategy for in UMKM Warung Sumilir, Jember Regency. Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Muhammadiyah Jember. Advisor : Suyono S.H, M.I.Kom.

**Keywords** : Digital Marketing, Instagram, Marketing Strategy, UMKM

This thesis examines the application of digital marketing on Instagram as a marketing strategy for UMKM in Warung Sumilir, Jember Regency. The purpose of this study is to find out how the application of Digital Marketing in the UMKM Warung Sumilir in the marketing strategy carried out by the Warung Sumilir UMKM, in this study using two theories, namely the general theory of A.I.D.A and also the supporting theory, namely New Media New Media. This study also uses a purposive sampling technique with 6 informants, namely the owner of the UMKM Warung Sumilir, the manager, 2 employees and 2 visitors. The results of the study show that by applying Instagram digital marketing as a marketing strategy through several stages of A.I.D.A Theory and New Media can provide developments to visitors who come to UMKM Warung Sumilir in Jember Regency although there are still obstacles and benefits in its application.

