

ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI KOMUNITAS CRAFTER KOTA DEPOK DALAM PENGEMBANGAN KAPASITAS PEMASARAN DIGITAL

AZKA SYAHFIRA AFFANDI



**DEPARTEMEN SAINS KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



- 

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis jaringan komunikasi komunitas crafter dalam pengembangan kapasitas pemasaran digital” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus Tahun 2025

Azka Syahfira Affandi
NIM. I2301211109

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

AZKA SYAHFIRA AFFANDI. Analisis Jaringan Komunikasi Komunitas Crafter Kota Depok dalam Pengembangan Kapasitas Pemasaran Digital. Dibimbing oleh DJUARA P. LUBIS dan DWI RETNO HAPSARI.

Perkembangan teknologi yang pesat memunculkan tantangan adaptasi teknologi digital untuk pemasaran bagi pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan jaringan komunikasi dan kapasitas pemasaran digital pelaku UMKM. Jaringan komunikasi sebagai transfer informasi, peningkatan keterampilan, dan adopsi teknologi digital. Sehingga, jaringan komunikasi yang terintegrasi mempermudah pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas pemasaran digital. Selain itu juga, kapasitas pemasaran digital pada pelaku UMKM ini berhubungan dengan kinerja pemasaran. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 47 responden, serta data kualitatif yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan informan. Pemilihan responden dilakukan menggunakan metode *stratified sampling*, sementara pemilihan informan dilakukan secara *purposive*. Analisis data dilakukan menggunakan *Rank Spearman* dengan bantuan *software IBM SPSS Statistics 27*. Hasil penelitian diharapkan dapat mendukung pentingnya jaringan komunikasi sebagai dalam pengembangan kapasitas pemasaran digital, serta dampaknya terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci: jaringan komunikasi, kapasitas, pemasaran digital, dan UMKM

ABSTRACT

AZKA SYAHFIRA AFFANDI. Analysis of the Communication Network of the Crafter Community in Depok City in Developing Digital Marketing Capacity. Supervised by DJUARA P. LUBIS dan DWI RETNO HAPSARI.

The rapid development of technology presents the challenge of adapting digital technology for marketing among MSME actors. This study aims to analyze the relationship between communication networks and the digital marketing capacity of MSMEs. Communication networks serve as a means of information transfer, skill enhancement, and digital technology adoption. Thus, an integrated communication network facilitates MSME actors in enhancing their digital marketing capacity. Additionally, the digital marketing capacity of MSMEs is related to marketing performance. This study employs a quantitative approach by collecting data through questionnaires distributed to 47 respondents, along with qualitative data obtained through observations and in-depth interviews with informants. Respondents were selected using the stratified sampling method, while informants were chosen purposively. Data was conducted using Spearman's Rank correlation with the help of *IBM SPSS Statistics 27 software*. The results of this study are expected to support the importance of communication networks in developing digital marketing capacity and their impact on marketing performance.

Keywords: capacity, communication networks, digital marketing, and MSMEs



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

ANALISIS JARINGAN KOMUNIKASI KOMUNITAS CRAFTER KOTA DEPOK DALAM PENGEMBANGAN KAPASITAS PEMASARAN DIGITAL

AZKA SYAHFIRA AFFANDI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat

**DEPARTEMEN SAINS KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

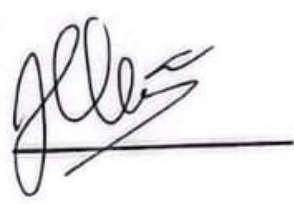
Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1. Ir. Sutisna Riyanto, MS**
- 2. Hana Indriana S.P., M.Si**

Judul Skripsi : Analisis Jaringan Komunikasi Komunitas Crafter Kota Depok
dalam Pengembangan Kapasitas Pemasaran Digital
Nama : Azka Syahfira Affandi
NIM : I3401211109

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Djuara P. Lubis, MS



Pembimbing 2:
Dr. Dwi Retno Hapsari, S.P., M.Si



Diketahui oleh

Ketua Departemen Sains Komunikasi dan
Pengembangan Masyarakat:
Prof. Dr. Ir. Anna Fatchiya, M.Si.
NIP. 196811211997022001



Tanggal Ujian: 15 Agustus 2025

Tanggal Lulus: 25 AUG 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Jaringan Komunikasi Komunitas Crafter Kota Depok dalam Pengembangan Kapasitas Pemasaran Digital” Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan Mata Kuliah Kolokium (KPM 1497) pada Mayor Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor. Selama penulisan laporan ini, penulis menyadari bahwa karya ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang selalu memberi dukungan, mendoakan, dan selalu menjadi motivasi bagi penulis. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Djuara P. Lubis, M.S. dan Dr. Dwi Retno Hapsari, S.P., M. Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, arahan, serta motivasi untuk penulis selama proses penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua orang tua, Bapak Dodik Affandi dan Ibu Indah Purwanti, serta adik saya Nazara Zulfia Affandi yang selalu menjadi sumber kekuatan dan motivasi, serta memberikan doa, dukungan moral, dan materi yang tidak pernah berhenti sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Komunitas Crafter Kota Depok yang telah membantu saya dalam menjalankan penelitian skripsi, memberikan doa, serta semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Mirza Musyaffa' Binsanno yang selalu memberikan semangat, dukungan, doa, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
5. Kentut nyamuk, membumi, interjos, inteam, eow, hahahihi dan teman dekat penulis lainnya yang telah memberikan semangat, dukungan, serta motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
6. Teman-teman angkatan 58 Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Azka Syahfira Affandi

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat	6
II PENDEKATAN TEORITIS	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1. Karakteristik Individu dan Karakteristik Usaha	9
2.1.2. Analisis Jaringan Komunikasi	10
2.1.3. Pengembangan Kapasitas dan Jaringan Komunikasi	14
2.1.4. Pemasaran Digital dan Jaringan Komunikasi	16
2.2 Kerangka Pemikiran	18
2.3 Hipotesis	21
III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1. Pendekatan dan Metode Penelitian	23
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.3. Teknik Pemilihan Responden dan Informan	24
3.4. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	25
3.5. Validitas dan Reabilitas	25
3.6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	26
3.7. Definisi Operasional	28
VI. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	33
4.1. Gambaran Umum dan Profil Wilayah	33
4.2. Gambaran Komunitas Crafter Depok	34
4.3. Karakteristik Individu Komunitas Crafter Depok	38
4.4. Karaktesitik Usaha Komunitas Crafter Depok	40
4.4.1. Lama Usaha	40
4.4.2. Jenis Usaha	42
4.4.3. Volume Usaha	45
V. JARINGAN KOMUNIKASI KOMUNITAS CRAFTER KOTA DEPOK DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA	33
5.1. Analisis Jaringan Komunikasi Komunitas Crafter Depok	33
5.1.1. Struktur Jaringan Komunikasi Komunitas Crafter Depok	33
5.1.2. Posisi Individu dalam Jaringan Komunitas Crafter Depok	50
5.1.3. Sentralitas Tingkatan (<i>Degree Centrality</i>)	52
5.1.4. Sentralitas Kedekatan (<i>Closeness Centrality</i>)	55
5.1.5. Sentralitas Keperantaraan (<i>Betweenness Centrality</i>)	56

5.2. Hubungan Karakteristik Individu dengan Jaringan Komunikasi Crafter Depok	58
5.2.1. Hubungan Karakteristik Individu dengan <i>Degree Centrality</i>	58
5.2.2. Hubungan Karakteristik Individu dengan <i>Closeness Centrality</i>	61
5.2.3. Hubungan Karakteristik Individu dengan <i>Betweenness Centrality</i>	64
5.3. Hubungan Karakteristik Usaha dengan Jaringan Komunikasi Crafter Depok	67
5.3.1. Hubungan Karakteristik Usaha dengan <i>Degree Centrality</i>	67
5.3.2. Hubungan Karakteristik Usaha dengan <i>Closeness Centrality</i>	70
5.3.1. Hubungan Karakteristik Usaha dengan <i>Betweenness Centrality</i>	73
VI. KAPASITAS PEMASARAN DIGITAL DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA	77
6.1. Tingkat Kapasitas Pemasaran Digital	77
6.1.1. Sikap	78
6.1.2. Pengetahuan	79
6.1.3. Keterampilan	80
6.2. Hubungan Jaringan Komunikasi dengan Tingkat Kapasitas Pemasaran Digital	81
6.2.1. Hubungan <i>Degree Centrality</i> dengan Tingkat Kapasitas Pemasaran Digital	82
6.2.2. Hubungan <i>Closeness Centrality</i> dengan Tingkat Kapasitas Pemasaran Digital	84
6.2.3. Hubungan <i>Betweenness Centrality</i> dengan Tingkat Kapasitas Pemasaran Digital	88
VII. KINERJA PEMASARAN DIGITAL DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA	93
7.1. Tingkat Kinerja Pemasaran	93
7.1.1. Tingkat Peningkatan Penjualan	93
7.1.2. Tingkat Pertumbuhan Pelanggan	94
7.1.3. Tingkat Peningkatan Laba	95
7.2. Hubungan Tingkat Kapasitas Pemasaran Digital dengan Tingkat Kinerja Pemasaran	95
7.2.1. Hubungan Tingkat Kapasitas Pemasaran Digital dengan Tingkat Peningkatan Penjualan	96
7.2.2. Hubungan Tingkat Kapasitas Pemasaran Digital dengan Tingkat Pertumbuhan Pelanggan	97
7.2.3. Hubungan Tingkat Kapasitas Pemasaran Digital dengan Tingkat Peningkatan Laba	99
VIII. SIMPULAN DAN SARAN	103
8.1. Kesimpulan	103
8.2. Saran	104

DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	112
RIWAYAT HIDUP	127

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



DAFTAR TABEL

1	Tabel 1 Definisi konsep analisis jaringan komunikasi	10
2	Tabel 2 Definisi konsep pengembangan kapasitas	14
3	Tabel 3 Definisi konsep pemasaran digital	16
4	Tabel 4 Jenis data dan Teknik pengumpulan data	25
5	Tabel 5 Definisi operasional karakteristik individu	28
6	Tabel 6 Definisi operasional karakteristik usaha	29
7	Tabel 7 Definisi operasional jaringan komunikasi	30
8	Tabel 8 Definisi operasional tingkat kapasitas pemasaran digital	31
9	Tabel 9 Definisi operasional kinerja pemasaran	32
10	Tabel 10 Jumlah dan persentase responden berdasarkan karakteristik individu komunitas Crafter Depok 2025	38
11	Tabel 11 Jumlah dan persentase responden berdasarkan karakteristik usaha komunitas Crafter Depok 2025	40
12	Tabel 12 Daftar Keanggotaan Komunitas Crafter Depok tahun 2025	33
13	Tabel 13 Jumlah persentase dan nama responden menurut skor <i>degree centrality</i> jaringan komunikasi komunitas Crafter Depok tahun 2025	52
14	Tabel 14 Jumlah persentase dan nama responden menurut skor <i>closeness centrality</i> jaringan komunikasi komunitas Crafter Depok tahun 2025	55
15	Tabel 15 Jumlah persentase dan nama responden menurut skor <i>betweenness centrality</i> jaringan komunikasi komunitas Crafter Depok tahun 2025	57
16	Tabel 16 Nilai <i>degree centrality</i> maksimum, minimum, dan rata-rata berdasarkan karakteristik individu komunitas Crafter Depok tahun 2025	58
17	Tabel 17 Nilai koefisien hubungan karakteristik individu dengan <i>degree centrality</i> komunitas Crafter Depok tahun 2025	60
18	Tabel 18 Nilai <i>closeness centrality</i> maksimum, minimum, dan rata-rata berdasarkan karakteristik individu komunitas Crafter Depok tahun 2025	61
19	Tabel 19 Nilai koefisien hubungan karakteristik individu dengan <i>closeness centrality</i> komunitas Crafter Depok tahun 2025	63
20	Tabel 20 Nilai <i>betweenness centrality</i> maksimum, minimum, dan rata-rata berdasarkan karakteristik individu komunitas Crafter Depok tahun 2025	64
21	Tabel 21 Nilai koefisien hubungan karakteristik individu dengan <i>betweenness centrality</i> komunitas Crafter Depok tahun 2025	66
22	Tabel 22 Nilai <i>degree centrality</i> maksimum, minimum, dan rata-rata berdasarkan karakteristik usaha pelaku UMKM komunitas Crafter Depok tahun 2025	67
23	Tabel 23 Nilai koefisien hubungan karakteristik usaha dengan <i>degree centrality</i> komunitas Crafter Depok tahun 2025	69
24	Tabel 24 Nilai <i>closeness centrality</i> maksimum, minimum, dan rata-rata berdasarkan karakteristik usaha pelaku UMKM komunitas Crafter Depok tahun 2025	70

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



25	Tabel 25 Nilai koefisien hubungan karakteristik usaha dengan <i>closeness centrality</i> komunitas Crafter Depok tahun 2025	72
26	Tabel 26 Nilai <i>betweenness centrality</i> maksimum, minimum, dan rata-rata berdasarkan karakteristik usaha tahun 2025	73
27	Tabel 27 Nilai koefisien hubungan karakteristik usaha dengan <i>betweenness centrality</i> komunitas Crafter Depok tahun 2025	75
28	Tabel 28 Jumlah dan persentase responden berdasarkan tingkat kapasitas pemasaran digital komunitas Crafter Depok 2025	77
29	Tabel 29 Nilai <i>degree centrality</i> maksimum, minimum, dan rata-rata berdasarkan tingkat kapasitas pemasaran digital komunitas Crafter Depok tahun 2025	82
30	Tabel 30 Nilai koefisien hubungan tingkat kapasitas pemasaran digital dengan <i>degree centrality</i> komunitas Crafter Depok tahun 2025	84
31	Tabel 31 Nilai <i>closeness centrality</i> maksimum, minimum, dan rata-rata berdasarkan tingkat kapasitas pemasaran digital komunitas Crafter Depok tahun 2025	85
32	Tabel 32 Nilai koefisien hubungan tingkat kapasitas pemasaran digital dengan <i>closeness centrality</i> komunitas Crafter Depok tahun 2025	87
33	Tabel 33 Nilai <i>betweenness centrality</i> maksimum, minimum, dan rata-rata berdasarkan tingkat kapasitas pemasaran digital tahun 2025.	88
34	Tabel 34 Nilai koefisien hubungan tingkat kapasitas pemasaran digital dengan <i>betweenness centrality</i> komunitas Crafter Depok tahun 2025	90
35	Tabel 35 Jumlah dan persentase responden tingkat kinerja pemasaran komunitas Crafter Depok 2025	93
36	Tabel 36 Nilai koefisien hubungan tingkat kapasitas pemasaran digital dengan tingkat peningkatan penjualan pelaku UMKM komunitas Crafter Depok tahun 2025	96
37	Tabel 37 Nilai koefisien hubungan tingkat kapasitas pemasaran digital dengan tingkat pertumbuhan pelanggan pelaku UMKM komunitas Crafter Depok tahun 2025	98
38	Tabel 38 Nilai koefisien hubungan tingkat kapasitas pemasaran digital dengan tingkat peningkatan laba pelaku UMKM komunitas Crafter Depok tahun 2025	99

DAFTAR GAMBAR

1.	Kerangka pemikiran analisis jaringan komunikasi komunitas Crafter Kota Depok dalam pengembangan kapasitas pemasaran digital	20
2.	Peta Wilayah Kota Depok	33
3.	Struktur Kepengurusan Komunitas Crafter Depok	34
4.	Workshop komunitas crafter depok	35
5.	<i>Platform</i> media sosial yang sering digunakan untuk pemasaran digital komunitas Crafter Kota Depok	36
6.	<i>Platform marketplace</i> yang sering digunakan untuk pemasaran digital komunitas Crafter Kota Depok	37
7.	Produk Kerajinan Tangan Divisi Jahit	42
8.	Produk Kerajinan Tangan Divisi Rajut	43

9. Produk Kerajinan Tangan Divisi Aksesoris	43
10. Produk Kerajinan Tangan Divisi Sulam	44
11. Produk Kerajinan Tangan Divisi Sulam	44
12. Sosiogram Jaringan Komunikasi Komunitas Crafter Depok	48
13. Peta Kota Depok	113
14. Pengambilan Data Kuesioner	126
15. Pengambilan Data Wawancara Mendalam	126

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Lokasi penelitian	113
2. Lampiran 2 Waktu kegiatan penelitian	114
3. Lampiran 3 Daftar responden	115
4. Lampiran 4 Catatan harian	117
5. Lampiran 5 Hasil uji validitas dan reliabilitas	125
6. Lampiran 6 Dokumentasi penelitian	126