

**PRAKTIK SOSIAL PEMANFAATAN PLATFORM
MEDIA SOSIAL PADA KONVEKSI UMKM
(STUDI 4 KONVEKSI UMKM DI PERKAMPUNGAN INDUSTRI
KECIL (PIK) PULOGADUNG, JAKARTA TIMUR)**



Melinda Nur Fadilah

1406621028

Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2026**

ABSTRAK

Melinda Nur Fadilah, Praktik Sosial Pemanfaatan Platform Media Sosial pada Konveksi UMKM (Studi 4 Konveksi UMKM di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, Jakarta Timur), Skripsi. Jakarta: Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Konveksi UMKM merupakan sektor padat karya yang berpotensi besar di pasar lokal hingga global. Di era industri 4.0, persaingan mendorong pelaku konveksi UMKM memanfaatkan platform media sosial untuk pemasaran, promosi, komunikasi, dan perluasan jaringan. Namun, pemanfaatan platform ini dibatasi oleh struktur algoritma, aturan distribusi konten, keterbatasan literasi digital, serta ketergantungan pada fitur platform. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha konveksi sebagai agen untuk menjalankan praktik sosial yang berulang dalam menegosiasikan struktur digital, yang tidak semata didasarkan pada pertimbangan ekonomi rasional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan memahami praktik sosial konveksi UMKM di PIK Pulogadung secara komprehensif.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus dan studi naratif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi pada periode Januari–Oktober 2025. Penelitian berlokasi di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, Jakarta Timur. Subjek penelitian meliputi pemilik atau pengelola usaha konveksi UMKM di kawasan tersebut, dengan perwakilan UPK PPUKMP Pulogadung sebagai triangulasi sumber data.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan platform media sosial oleh konveksi UMKM di PIK Pulogadung berfungsi sebagai alat bantu utama dalam pemasaran, komunikasi, transaksi, pencarian ide, dan pengembangan jejaring usaha. Platform seperti Instagram, TikTok, *e-commerce*, dan WhatsApp dimanfaatkan dengan pola yang berbeda-beda, bergantung pada tingkat pemahaman, intensitas penggunaan, dan sumber daya pelaku usaha. Pelaku usaha mengelola media sosial dengan mengandalkan anak atau keluarga, merekrut tenaga ahli, dan dikelola secara mandiri. Dalam perspektif strukturasi, praktik ini menunjukkan relasi timbal balik antara agen dan struktur, yaitu pelaku usaha menyesuaikan tindakannya terhadap aturan dan mekanisme platform yang bersifat membatasi (*constraining*) sekaligus memungkinkan adanya peluang (*enabling*). Praktik tersebut menghasilkan dampak berupa perluasan pasar, peningkatan penjualan, dan penguatan relasi dengan konsumen.

Kata Kunci: Konveksi UMKM, Platform Media Sosial, Praktik Sosial, Strukturasi

ABSTRACT

Melinda Nur Fadilah, *Social Practices in the Use of Social Media Platforms among MSME Garment Convections (A Study of Four MSME Garment Convections in Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, East Jakarta)*. Thesis. Jakarta: Sociologi Study Program, Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

MSME garment convections are a labor-intensive sector with significant potential in both local and global markets. In the era of Industry 4.0, increasing business competition has encouraged MSME garment actors to utilize social media platforms for marketing, promotion, communication, and network expansion. However, the use of these platforms is constrained by algorithmic structures, content distribution rules, limited digital literacy, and dependence on platform features. These conditions require garment business actors, as agents, to engage in repetitive social practices to negotiate digital structures that are not solely based on rational economic considerations. Therefore, this study aims to comprehensively understand the social practices of MSME garment convections in PIK Pulogadung.

This study employs a descriptive qualitative method with a case study and narrative study approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation from January to October 2025. The research was conducted in the Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, East Jakarta. The research subjects include owners or managers of MSME garment convections in the area, with representatives from UPK PPUKMP Pulogadung serving as a source of data triangulation.

This study shows that the use of social media platforms by MSME garment businesses in PIK Pulogadung functions as a primary tool for marketing, communication, transactions, idea generation, and business network development. Platforms such as Instagram, TikTok, e-commerces, and WhatsApp are utilized in different ways, depending on the level of understanding, intensity of use, and the resources available to business actors. Social media management is carried out by relying on children or family members, hiring experts, or managing it independently. From a structuration perspective, these practices demonstrate a reciprocal relationship between agency and structure, in which business actors adjust their actions to the rules and mechanisms of the platforms that simultaneously constrain and enable them. These practices generate impacts in the form of market expansion, increased sales, and the strengthening of relationships with consumers.

Keywords: *MSME Garment Convection, Social Media Platforms, Social Practices, Structuration*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum



No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Rusfadia Saktiyanti Jahja, S.Sos., M.Si.</u> NIP. 197810012008012016 Ketua		20 Januari 2026
2.	<u>Prof. Dr. Evy Clara, M.Si.</u> NIP. 195909271984032001 Penguji Ahli I		19 Januari 2026
3.	<u>Dr. Yuanita Aprilandini Siregar, S.Sos., M.Si.</u> NIP. 198004172010122001 Penguji Ahli II		20 Januari 2026
4.	<u>Meila Riskia Fitri, S.Pd., M.A</u> NIP. 198905102019032025 Pembimbing I		20 Januari 2026
5.	<u>Dr. Asep Suryana, S.Sos., M.Si.</u> NIP. 197104032005011003 Pembimbing II		20 Januari 2026

Tanggal Lulus: 23 Januari 2026

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Melinda Nur Fadilah

NIM : 1406621028

Program Studi : S1 Sosiologi

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Praktik Sosial Pemanfaatan Platform Media Sosial pada Konveksi UMKM (Studi 4 Konveksi UMKM di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, Jakarta Timur)” adalah:

1. Skripsi ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (ahli madya, sarjana, magister, dan/atau doctor) baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni hasil gagasan dan rumusan penelitian saya sendiri. Tanpa bantuan dari orang lain, kecuali bimbingan dan arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis maupun dipublikasikan ke orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai sitasi dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menanggung segala sanksi akademik sesuai dengan yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 19 Januari 2026


Melinda Nur Fadilah

NIM.1406621028



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Melinda Nur Fadilah
NIM : 1406621028
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/Sosiologi
Alamat email : melindafadilah2003@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain(.....)

yang berjudul : Praktik Sosial Pemanfaatan Platform Media Sosial pada Konveksi UMKM (Studi 4 Konveksi UMKM di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, Jakarta Timur)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 19 Januari 2026

Melinda Nur Fadilah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

اللَّهُمَّ لَا سَهْلَ إِلَّا مَا جَعَلْتَهُ سَهْلًا، وَأَنْتَ تَجْعَلُ الْحَزْنَ إِذَا شِئْتَ سَهْلًا

“Tidak ada kemudahan kecuali apa yang Engkau jadikan mudah, dan Engkau menjadikan kesulitan, jika Engkau kehendaki, pasti akan menjadi mudah.”

“Luangkan jeda untuk menyadari pencapaianmu, dengan apresiasi kecil yang paling tidak membuat usahamu dihargai—oleh dirimu sendiri.”

“Even if you think it’s the wrong path, there’s always another chance to change it.”

– Johnny Suh

Dengan penuh rasa syukur dan harapan yang tak pernah padam

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Mama, Bapak, dan Kakak yang selalu memberikan doa, dukungan, dan cinta tanpa batas di setiap langkah saya.

Juga sahabat yang senantiasa mendukung dan memberikan kekuatan di setiap prosesnya.

Dan teruntuk diri saya sendiri—yang telah melalui banyak hal, namun memilih untuk terus berjuang dan tidak menyerah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Praktik Sosial Pemanfaatan Platform Media Sosial pada Konveksi UMKM (Studi 4 Konveksi UMKM di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung, Jakarta Timur)” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.

Selama proses penelitian dan penyusunan laporan ini, peneliti tidak luput dari berbagai tantangan. Akan tetapi, melalui bimbingan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, tantangan tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, peneliti ingin mengapresiasi dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Firdaus Wadji, MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, sekaligus Ketua Sidang atas segala bimbingan, arahan, ilmu, dan pengabdian yang telah diberikan selama peneliti menempuh pendidikan di Prodi Sosiologi.
3. Meila Riskia Fitri, S.Pd., M.A., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membersamai peneliti sejak awal penulisan skripsi dengan segala bimbingan, dan

senantiasa memberikan bimbingan, arahan, dukungan, serta motivasi yang sangat berarti hingga terselesaikannya skripsi ini.

4. Dr. Asep Suryana, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta dukungan selama peneliti menempuh studi hingga penyusunan skripsi ini.
5. Prof. Dr. Evy Clara, M.Si., selaku Penguji Ahli I yang telah memberikan masukan dan koreksi sehingga peneliti dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini.
6. Dr. Yuanita Aprilandini Siregar, M.Si., selaku Penguji Ahli II yang telah memberikan masukan dan bimbingan sehingga peneliti dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta atas segala ilmu, bimbingan, pengalaman, dan dedikasi yang telah diberikan selama peneliti menjalani perkuliahan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Seluruh informan dalam penelitian ini—para pemilik atau pengelola Konveksi Apiek, Konveksi Ghalz Adventure, Konveksi Dekaes, dan Konveksi Tas Polo Felix, serta pihak UPK PPUKMP Pulogadung—yang telah memberikan izin, dukungan, dan informasi yang diperlukan sehingga penelitian dapat terlaksana dengan baik dan skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Keluarga yang peneliti sayangi, khususnya kepada Bapak Ashari Yadi dan Ibu Tuti selaku kedua orang tua, serta Harlia Agustiana selaku kakak perempuan peneliti—atas segala doa, dukungan moral maupun material, kasih sayang, serta semangat

yang selalu tercurah tiada henti selama masa studi hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

10. Teman-teman Prodi Sosiologi UNJ Angkatan 2021 dan sahabat peneliti selama menempuh masa perkuliahan, Raiffa, Diah, Feyzha, Aurell, Anggi, Wafda, Lathifah, dan Deniza. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, berkeluh kesah, dan mendukung peneliti hingga saat ini.
11. Sahabat peneliti semasa SMA hingga saat ini, Giovanni, Finsy, dan Ichlas yang menjadi salah satu bagian penting dalam perjalanan hidup peneliti. Terima kasih telah senantiasa hadir dalam berbagai situasi, berbagi cerita, dan memberikan kekuatan dalam setiap langkah peneliti.
12. Teman dan Sahabat yang hadir pada berbagai fase kehidupan peneliti—baik sejak kecil maupun melalui pertemuan yang tidak terduga—Hana, Ghina, dan Dechan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi, sumber hiburan, semangat, serta warna dalam perjalanan hidup peneliti.
13. Teman-teman BEM Prodi Sosiologi, terkhusus Departemen PSDM periode 2022 – 2024, atas segala ilmu dan pengalaman yang berkontribusi dalam pengembangan diri peneliti.
14. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan, bantuan, serta kontribusi kepada peneliti selama masa studi hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

15. Diri peneliti sendiri yang telah berusaha dan berjuang semaksimal mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas daya juang dan ketahanan yang senantiasa dipertahankan selama proses yang dijalani.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti terbuka untuk kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Demikian kata pengantar ini peneliti sampaikan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menjadi tambahan wawasan, serta referensi pada perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 12 Januari 2026



Melinda Nur Fadilah

NIM. 1406621028

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR SKEMA.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Tinjauan Literatur Sejenis.....	12
1.6 Kerangka Konseptual.....	28
1.6.1 Covid-19 sebagai Faktor Pendorong Ekonomi Digital UMKM.....	28
1.6.2 Platform Media Sosial sebagai Ruang Praktik Ekonomi Digital UMKM.....	34
1.6.3 Praktik Sosial dalam Pemanfaatan Platform Media Sosial	37
1.6.4 Hubungan Antar Konsep	41
1.7 Metodologi Penelitian	44
1.7.1 Metodologi dan Pendekatan Penelitian	44
1.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	47
1.7.3 Subjek Penelitian.....	48
1.7.4 Peran Peneliti	50
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data	51
1.7.6 Teknik Analisis Data	55

1.7.7 Triangulasi Data	56
1.8 Sistematika Penelitian	56
BAB II KONVEKSI UMKM DI PIK PULOGADUNG DALAM STRUKTUR DIGITAL	59
2.1 Pengantar.....	59
2.2 Gambaran Umum PIK Pulogadung sebagai Struktur Sosial-Ekonomi bagi UMKM...60	
2.2.1 Sejarah Terbentuknya Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung	60
2.2.2 Kondisi Sosial Masyarakat Sekitar Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung	63
2.2.3. Peran Strategis PIK Pulogadung	66
2.2.4 Ketersediaan Infrastruktur Digital di Kawasan PIK Pulogadung.....	70
2.3 Karakteristik Konveksi UMKM di PIK Pulogadung dalam Struktur Digital	72
2.4 Profil 4 Konveksi di PIK Pulogadung.....	75
2.4.1 Apiek: Usaha Konveksi Mandiri dengan Adaptasi Digital Bertahap	78
2.4.2 Ghalz Adventure: Konveksi <i>Outdoor Equipment</i> dengan Pengelolaan Produksi dan Pemasaran Terpadu.....	80
2.4.3 Dekaes: Konveksi Pakaian Formal dalam Transisi Ekonomi Digital	84
2.4.4 Polo Felix: Konveksi Tas dengan Pembagian Kerja dan Pemanfaatan Digital Aktif	87
2.5 Penutup	90
BAB III POLA PEMANFAATAN PLATFORM MEDIA SOSIAL PADA KONVEKSI UMKM DI PIK PULOGADUNG.....	91
3.1 Pengantar.....	91
3.2 Pola Pemanfaatan Platform Media Sosial dalam Praktik Usaha Konveksi UMKM di PIK Pulogadung	92
3.2.1 Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pendukung Pemasaran dan Komunikasi Usaha pada Konveksi Apiek	93
3.2.2 Integrasi Platform Media Sosial dalam Pemasaran dan Relasi Usaha pada Konveksi Ghalz Adventure.....	99
3.2.3 Media Sosial sebagai Sarana Pelengkap Usaha pada Konveksi Dekaes	103
3.2.4 Media Sosial sebagai Sarana <i>Branding</i> dan Promosi Produk Konveksi Polo Felix	109
3.3 Strategi Pengelolaan Platform Media Sosial oleh Pelaku Usaha Konveksi UMKM di PIK Pulogadung	116
3.3.1 Melibatkan Keluarga dalam Pengelolaan Aspek Digital Usaha	117
3.3.2 Merekrut Tenaga Profesional	121

3.3.3 Pengelolaan secara Mandiri	126
3.4 Penutup	129
BAB IV PRAKTIK SOSIAL DALAM PEMANFAATAN PLATFORM MEDIA SOSIAL PADA KONVEKSI UMKM DI PIK PULOGADUNG.....	73
4.1 Pengantar.....	73
4.2 Platform Media Sosial sebagai Struktur yang Membentuk Praktik Usaha Konveksi UMKM di PIK Pulogadung	73
4.3 Struktur <i>Constraining</i> dan <i>Enabling</i> Pelaku UMKM saat Memanfaatkan Platform Media Sosial.....	137
4.3.1 <i>Constraining Structures</i> dalam Pemanfaatan Platform Media Sosial	138
4.3.1 <i>Enabling Structures</i> dalam Pemanfaatan Platform Media Sosial.....	143
4.4 Pratik Sosial Pelaku Konveksi UMKM dalam Memanfaatkan Media Sosial pada Konveksi UMKM di PIK Pulogadung.....	146
4.4.1 Pergeseran Aktivitas Bisnis ke Ekosistem Digital.....	146
4.4.2 Negosiasi dan Adaptasi Praktik Usaha dalam Dinamika Platform	152
4.4.3 Pelaku Usaha Konveski sebagai Agen dalam Mengelola Relasi Konsumen	155
4.5 Dampak Pemanfaatan Media Sosial bagi Konveksi UMKM di PIK Pulogadung	158
4.5.1 Perluasan Jangkauan Pasar dan Penjualan	159
4.5.2 Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen	161
4.5.3 Pengalaman Belajar Digital bagi Pelaku Usaha	163
4.6 Penutup	164
BAB V PENUTUP.....	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	169
5.2.1 Bagi Pelaku Usaha Konveksi di PIK Pulogadung.....	169
5.2.2 Bagi Pemerintah dan Pengelola PIK Pulogadung	170
5.2.3 Bagi Penelitian Selanjutnya	170
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN.....	177
RIWAYAT HIDUP	202

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pintu Masuk Kawasan PIK Pulogadung.....	60
Gambar 2.2 Peta Kawasan PIK Pulogadung.....	64
Gambar 2.3 Struktur Organisasi UPK PPUKMP Pulogadung.....	70
Gambar 2.4 Konveksi Apiek.....	78
Gambar 2.5 Konveksi Ghalz Adventure.....	80
Gambar 2.6 Konveksi Dekaes.....	84
Gambar 2.7 Konveksi Tas Polo Felix.....	87
Gambar 3.1 Tampilan Instagram Konveksi Apiek.....	94
Gambar 3.2 Informasi Google Konveksi Apiek.....	96
Gambar 3.3 Tampilan WhatsApp Business Konveksi Apiek.....	97
Gambar 3.4 Tampilan Halaman Produk Konveksi Ghalz Adventure di Shopee dan Tokopedia.....	100
Gambar 3.5 Informasi Google Konveksi Dekaes.....	105
Gambar 3.6 Tampilan Halaman Produk Konveksi Dekaes di Tokopedia.....	106
Gambar 3.7 Tampilan Akun Instagram Konveksi Dekaes.....	106
Gambar 3.8 Tampilan Beranda dan Shopee Video Polo Felix.....	110
Gambar 3.9 Tampilan Akun TikTok Polo Felix.....	111
Gambar 3.10 Tampilan Akun TikTok Polo Felix.....	112
Gambar 3.11 Tampilan TikTok Shop Polo Felix.....	113
Gambar 3.12 Performa Chat Shopee Ghalz Advanture.....	120
Gambar 3.13 Admin Khusus Mengelola <i>E-Commerce</i> Polo Felix.....	123
Gambar 3.14 Tampilan Fitur <i>Voucher</i> Promo dan Video Produk pada Shopee Polo Felix.....	124
Gambar 3.15 Aktivitas promosi melalui fitur <i>Live Shopping</i> di TikTok oleh pekerja Polo Felix.....	125
Gambar 3.16 Ulasan Google Konveksi Dekaes.....	129

DAFTAR SKEMA

Skema 1.1 Tinjauan Literatur Sejenis.....	28
Skema 1.2 Hubungan Antar Konsep.....	42
Skema 4.1 Platform Media Sosial sebagai Struktur yang Membentuk Praktik Usaha Konveksi	133
Skema 4.2 Struktur yang Menghambat Pelaku Konveksi UMKM.....	138
Skema 4.3 Struktur yang Memungkinkan Pelaku Konveksi UMKM	144
Skema 4.4 Negosiasi dan Adaptasi Praktik Usaha.....	153
Skema 4.5 Pelaku Usaha Konveksi sebagai Agen dalam Mengelola Relasi Konsumen.	156



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Karakteristik Subjek Penelitian	49
Tabel 2.1 <i>Profiling</i> Informan Penelitian.....	76
Tabel 3.1 Pola Pemanfaatan Platform Digital pada Konveksi UMKM di PIK Pulogadung.....	92
Tabel 3.2 Pola Pemanfaatan Platform Media Sosial oleh Konveksi Apiek	94
Tabel 3.3 Pola Pemanfaatan Platform Media Sosial oleh Konveksi Ghalz Adventure	99
Tabel 3.4 Pola Pemanfaatan Platform Media Sosial oleh Konveksi Dekaes	104
Tabel 3.5 Pola Pemanfaatan Platform Media Sosial oleh Konveksi Tas Polo Felix .	109
Tabel 3. 6 Strategi Pengelolaan Aspek Digital pada Konveksi UMKM di PIK Pulogadung.....	117
Tabel 4.1 Pergeseran Aktivitas Bisnis	147
Tabel 4.2 Dampak Pemanfaatan Media Sosial bagi Konveksi UMKM di PIK Pulogadung.....	159

