PENERAPAN *STORYTELLING* MELALUI INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI PROMOSI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN UMKM TAHU KRES KOTA BATU

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

MANAJEMEN

OLEH:

PETRONELA TAMU INA

NIM. 2022120246

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2026

LEMBAR PERSETUJUAN

PENERAPAN *STORYTELLING* MELALUI INSTAGRAM
SEBAGAI STRATEGI PROMOSI DIGITAL
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN UMKM
TAHU KRES KOTA BATU

SKRIPSI

Oleh:

PETRONELA TAMU INA

NIM. 2022120246

Disetujui oleh Dosen Pembimbing
Untuk Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada tanggal: 04 MEI 2026

Dosen Pembimbing Utama,	Dosen Pembimbing Pendamping,
(Yuni Setyawati, S.Si.,MM)	(Dr. Wulan Puji Lestari, S.Pd., MM)

Mengetahui
Ketua Program Studi,

(Moh. Askiyanto, S.E., MM)
NIDN. 0706119401

i

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN *STORYTELLING* MELALUI INSTAGRAM
SEBAGAI STRATEGI PROMOSI DIGITAL
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN UMKM
TAHU KRES KOTA BATU

SKRIPSI
Oleh:

PETRONELA TAMU INA

NIM. 2022120246

Telah dipertahankan di hadapan dan telah diterima tim penguji skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang

Tim Penguji :

1. Yuni Setyawati, S.Si.,MM .....
2. Dr. Wulan Puji Lestari, S.Pd., MM .....
3. Fendiyatmi Kusufa, SE., MM .....

Mengesahakan
Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr. Ahmad Makoffi, S.E., M.SA
NUPTK. 3138752653130123

ii

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PETRONELA TAMU INA

Nim : 2022120246

Program Studi : Manajemen

Program : Sarjana

Judul : PENERAPAN *STORYTELLING* MELALUI INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI PROMOSI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN UMKM TAHU KRES KOTA BATU

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian maupun seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Laporan Skripsi ini hasil plagiasi, baik Sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 01 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan,



PETRONELA TAMU INA

NIM. 2022120246

iii

MOTTO

Melalui Kristus yang memberiku kekuatan, dan untuk orang tua yang selalu mendoakanku.

Tetapi Aku akan mengacungkan tangan-Ku dan memukul Mesir dengan segala perbuatan ajaib, yang akan Kulakukan di tengah-tengahnya; sesudah itu ia akan membiarkan kamu pergi.

(Keluaran 3:20)

Bagi Dialah, yang dapat melakukan jauh lebih banyak dari pada yang kita doakan atau pikirkan, seperti yang ternyata dari kuasa yang bekerja di dalam kita.

(Efesus 3:20)

PERSEMBAHAN

Dengan sembah sujud dan rasa syukur yang tak terhingga ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, karya sederhana ini saya persembahkan dengan segenap hati kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, Sang Pemilik Hidup dan sumber kekuatan saya. Terima kasih atas kasih setia, penyertaan, dan pertolongan-Mu dalam setiap langkah hidup saya. Di saat lelah dan kehilangan arah, Engkau selalu menjadi penguat dan penuntun saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Segala kemuliaan hanya bagi nama-Mu.
2. Orang tua tercinta, Bapak Pati Njuka Tehik dan Mama Jera Atandewa. Terima kasih atas kasih sayang, doa, pengorbanan, kerja keras, serta dukungan yang tidak pernah berhenti demi pendidikan dan masa depan saya. Kalian selalu menjadi sandaran, penguat, dan alasan terbesar bagi saya untuk tidak menyerah. Keberhasilan dan pencapaian ini saya persembahkan untuk kebahagiaan kalian.
3. Kakak dan adik tersayang, Petrus Pingu, Amd.Kep., Aris Umbu Nggeding, S.H., Yulius Hunga Meha, S.H., dan Umbu Kamuri Raramata. Terima kasih atas doa, dukungan, semangat, serta kebersamaan yang selalu diberikan kepada saya. Kehadiran kalian menjadi kekuatan dan penyemangat dalam setiap proses perjuangan hidup saya.
4. Saudara sepupu saya, John Umbu Kota. Terima kasih atas dukungan, bantuan, dan kebersamaan yang telah diberikan selama ini. Kehadiranmu menjadi bagian penting dalam perjalanan dan perjuangan hidup saya hingga mencapai titik ini.

5. Circle Delsi, Jihan, Rusni, dan Ayu. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan selama masa perkuliahan. Kehadiran kalian membuat setiap proses perjuangan terasa lebih ringan dan bermakna.
6. Diri saya sendiri. Terima kasih karena telah bertahan, berjuang, dan tetap melangkah hingga berada di titik ini. Semua proses, pengorbanan, dan usaha yang telah dilalui menjadi bukti bahwa saya mampu melewati setiap tantangan dengan kuat dan penuh harapan.
7. Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
8. Terakhir, tugas akhir ini sebagai bentuk dedikasi saya kepada kampus tercinta Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan di kemudian hari.

BIODATA DIRI



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Petronela Tamu Ina
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat / Tanggal Lahir : Pambotanjara, 11 Oktober 2002
4. Anak Dari : Bapak Pati Njuka Tehik dan Ibu Jera Atandewa
5. Cita – Cita : Pengusaha
6. Email : petronelatamuina11@gmail.com
7. No Telp : 082211998033
8. Perguruan Tinggi : Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
9. Fakultas : Ekonomi
10. Program Studi : Manajemen

B. Riwayat Pendidikan

	SD	SMP	SMA	PT
Nama Instansi	SD Negeri Wainggai	SMP Negeri 1 Wainggai	SMA Negeri 3 Waingapu	Universitas Tribhuwana Tunggadewi
Jurusan			Bahasa	Manajemen
Tahun Masuk - Lulus	2009 - 2015	2015 - 2018	2018 - 2020	2022 - 2026

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul " Penerapan *Storytelling* Melalui Instagram Sebagai Strategi Promosi Digital Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen UMKM Tahu Kres Kota Batu" Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan tugas akhir pada jenjang Strata Satu (S1). Dalam penyelesai studi dan proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dody Wirawan Irwanto, SE.,M.Com., Ph.D selaku Rektor Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
2. Bapak Dr Ahmad Mukoffi, SE.,MSA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
3. Bapak Moh. Askiyanto , SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
4. Ibu Yuni Setyawati S.Si.,MM selaku Dosen Pembimbing Utama yang dengan penuh kesabaran dan pengertian membimbing penulis untuk meneyelasikan Proposal Penelitian ini
5. Ibu Dr. Wulan Puji Lestari, S.Pd., MM Selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan nasehat dan arahan untuk meneyelesaikan Proposal ini .

6. Teristimewa untuk kedua orang tua atas doa, dukungan, dan motivasi yang tak henti-hentinya.

Penulis menyadari sepenuhnya skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun harapan saya sebagai penulis adalah semoga dengan adanya skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian selanjtnya. Dengan segala kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada pada skripsi.

Malang 2026

Petronela Tamu Ina

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**
MOTTO ..... **iv**
PERSEMBAHAN ..... **v**
BIODATA DIRI ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
ABSTRAK ..... **xiv**
ABSTRACT ..... **xv**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 6
1.3 Rumusan Masalah 7
1.4 Tujuan Penelitian 7
1.5 Paradigma Penelitian 7
1.6 Manfaat Penelitian 8
1.7 Ruang Lingkup 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **11**
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Landasan Teori 15
2.2.1 Media Sosial sebagai Saluran Pemasaran (Instagram) 15
2.2.2 *Storytelling* dalam Pemasaran Digital 23
2.2.3 Minat Beli Konsumen 27
2.3 Kerangka Konsep 32
BAB III METODE PENELITIAN **35**
3.1 Desain Penelitian 35
3.2 Jenis Penelitian 35
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 36
3.4 Informan 36
3.5 Metode Pengumpulan Data 38
3.6 Teknik Analisis Data 39
3.7 Pemeriksaan Keabsahan Data 41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **44**
4.1 Hasil Penelitian 44
4.1.1 Sejarah UMKM Tahu Kres 44
4.1.2 Produk UMKM Tahu Kres 45
4.1.3 . Media Sosial Instagram UMKM Tahu Kres 46
4.1.4 Aktivitas dan Performa Instagram UMKM Tahu Kres 48
4.2 Penyajian Data dan Analisis. 51
4.2.1 Penerapan *Storytelling* pada Instagram UMKM Tahu Kres 51

4.2.2 Respons atau Persepsi Konsumen terhadap Konten Instagram 58
4.2.3 Peran *Storytelling* terhadap Minat Beli Konsumen 68
4.3 Pembahasan 72
4.3.1 Pemanfaatan Instagram sebagai Media Pemasaran Digital 72
4.3.2 Penerapan *Storytelling* dalam Konten Instagram..... 74
4.3.3 Respons Konsumen terhadap Konten Instagram 75
4.3.4 Peran *Storytelling* terhadap Minat Beli Konsumen 77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 80
5.1 KESIMPULAN 80
5.2 SARAN 81
5.2.1 Bagi UMKM Tahu Kres..... 81
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya..... 82
5.2.3 Bagi Praktisi Pemasaran Digital 82
DAFTAR PUSTAKA..... 84
LAMPIRAN..... 83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 11
Tabel 3.1 Informan Utama 37
Tabel 3.2 Informan Pendukung 37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep 33
Gambar 4.1 Konten Promosi Produk Instagram Tahu Kres 54
Gambar 4.2 Konten Hiburan Instagram Tahu Kres 55
Gambar 4.3Konten Proses Produksi Tahu Kres 56
Gambar 4.4 Dokumentasi Wawancara dengan Konsumen 2 melalui Direct message Instagram 59
Gambar 4.5 Dokumentasi Wawancara dengan Konsumen 1 melalui Direct message Instagram 61
Gambar 4.6 Dokumentasi Wawancara dengan Konsumen 3 melalui Direct message Instagram 63
Gambar 4.7 Dokumentasi Wawancara dengan Calon Konsumen melalui Direct message Instagram 65
Gambar 4.8 Dokumentasi Wawancara dengan Konsumen 1 melalui Direct message Instagram 67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Penelitian 83
Lampiran 2: Transkrip Wawancara Admin (Tanpa Perubahan) 85
Lampiran 3: Transkrip Wawancara Tahap II (Admin UMKM Tahu Kres) 88
Lampiran 4: Transkrip Wawancara Konsumen Aktif dan Calon Konsumen 94
Lampiran 5. Screenshot Wawancara DM Instagram Konsumen Aktif dan Calon Konsumen 108
Lampiran 6. Screenshot Wawancara melalui WhatsApp dengan Admin UMKM Tahu Kres 109
Lampiran 7. Data Instagram Insights UMKM Tahu Kres Bulan Februari 2026 .110
Lampiran 8. Dokumentasi Konten Instagram UMKM Tahu Kres 111
Lampiran 9 . Dokumentasi 112