

**PEMANFAATAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM  
PEMASARAN PRODUK-PRODUK UMKM “KUNCORO  
SNACK” DI DESA KARANGASEM KECAMATAN BULU  
KABUPATEN SUKOHARJO**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Sebagian Persyaratan  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:**

**KHOIRUNNISA CATUR GANDHI NUR OCTAVIA**

**NIM: 2050700029**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM  
UNIVERSITAS VETERAN BANGUN NUSANTARA  
SUKOHARJO**

**2025**

## MOTTO

“Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah”

(Q.S Ghafir:44)

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji,  
bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah:5-6)



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan nikmat tak terhingga untuk sampai pada titik ini.
2. Kedua Orang Tua Saya, yaitu Bapak Suyatno dan Ibu Parti.
3. Kakak-Kakak saya Almh. Ernawati, Teguh Erwanto, dan Eni Triana.
4. Sahabat-Sahabat saya yang selalu ada dan selalu mendukung saya.
5. Almamater Universitas Veteran Bangun Nusantara, Sukoharjo.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul **“Pemanfaatan Komunikasi Interpersonal Dalam Pemasaran Produk-Produk UMKM “Kuncoro Snack” di Desa Karangasem Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo”** sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi program studi ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan hukum 2024.

Penulis menyadari tanpa bimbingan dorongan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik untuk itu secara khusus pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. Drs. Yoto Widodo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo.
2. Hariyanto, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing utama, yang telah sabar memberikan bimbingan dan Arahan selama proses penyusunan skripsi.
3. Henny Sri Kusumawati, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing II sekaligus ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo yang telah sabar memberikan bimbingan dan Arahan selama proses penyusunan skripsi.
4. Kedua orang tua saya, yaitu Bapak Suyatno dan Ibu Parti yang sangat saya banggakan karena tiada hentinya melangitkan doa baik serta telah memberikan dukungan untuk kebahagiaan dan masa depan kepada putrinya.
5. Kakak-Kakak saya Almh. Ernawati, Teguh Erwanto, dan Eni Triana yang senantiasa memberikan dukungan serta semangat kepada saya.
6. Sahabat-sahabat yang selalu mendukung serta selalu ada untuk saya, Avia, Angelita, dan Silvia dan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu saya ucapkan terimakasih untuk hari-hari menyenangkan yang telah kita lalui bersama.

7. Semua rekan-rekan angkatan 2020 yang telah mengisi hari-hari saya.
8. Narasumber serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Dan terakhir saya ingin berterimakasih kepada diri saya sendiri karena telah percaya bahwa saya bisa melalui semua ini, terimakasih karna tidak pernah menyerah sesulit apapun proses yang dilewati, dan terimakasih karna telah menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik dan semaksimal mungkin.

Sebagai akhir kata dengan segala keterbatasan hati penyusun skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang penulis miliki, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan dari pembaca, semoga bermanfaat bagi semua pihak.



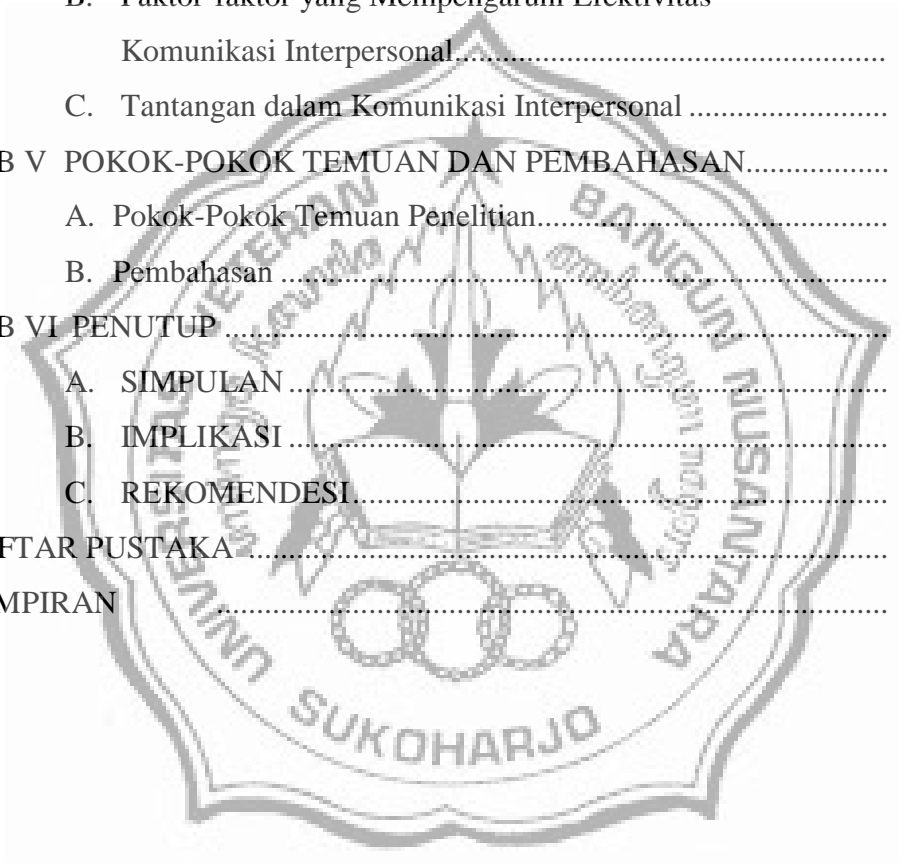
Sukoharjo, 2024  
Penulis

(Khoirunnisa Catur Gandhi Nur Octavia)  
NIM. 2050700029

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
ABSTRAK .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR .....	8
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	8
B. Kajian Teori.....	15
1. <i>Social Exchange Theory</i> (Teori pertukaran sosial) .....	15
2. Komunikasi interpersonal .....	16
3. Pemasaran.....	22
4. UMKM.....	26
C. Kerangka Berpikir.....	34
BAB III MOTODOLOGI PENELITIAN .....	31
A. Jenis dan Strategi Penelitian.....	31
B. Objek, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
C. Jenis Data, Bentuk Data, dan Sumber Data.....	32

D. Teknik Cuplikan, Informan Kunci, Dokumen .....	34
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen .....	35
F. Teknik Uji Keabsahan (Validitas) Data .....	37
G. Teknik Analisis Data .....	38
<b>BAB IV SAJIAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Bentuk Komunikasi Interpersonal Dalam Pemasaran Produk UMKM “Kuncoro Snack” .....	41
B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Komunikasi Interpersonal.....	48
C. Tantangan dalam Komunikasi Interpersonal .....	57
<b>BAB V POKOK-POKOK TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>69</b>
A. Pokok-Pokok Temuan Penelitian.....	69
B. Pembahasan .....	70
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>81</b>
A. SIMPULAN .....	81
B. IMPLIKASI .....	82
C. REKOMENDESI.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>90</b>



## ABSTRAK

**Khoirunnisa Catur Gandhi Nur Octavia. NIM 2050700029.** Pemanfaatan Komunikasi Interpersonal Dalam Pemasaran Produk-Produk UMKM “Kuncoro Snack” di Desa Karangasem Kecamatan Bulu Kabupaten Sukoharjo. Skripsi S1. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Veteran Bangun Nusantara, Sukoharjo. Tahun 2024.

UMKM “Kuncoro Snack” telah memasarkan produk-produknya menggunakan komunikasi interpersonal dan eksis hingga saat ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk, faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas, dan tantangan-tantangan yang dihadapi dalam pemanfaatan komunikasi interpersonal dalam pemasaran produk-produk UMKM “Kuncoro Snack”. Penelitian deskripsi kualitatif dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap komunikasi interpersonal yang terjadi di dalam UMKM “Kuncoro Snack”. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis data kualitatif Miles and Huberman dalam tiga langkah yaitu reduksi data penyajian data dan penarikan kesimpulan. teori yang digunakan yaitu *Social Exchange Theory* atau teori pertukaran sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). bentuk-bentuk komunikasi interpersonal yang dilakukan UMKM “Kuncoro Snack” adalah komunikasi secara langsung atau komunikasi tatap muka dan menggunakan Whatsapp. 2). faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi interpersonal antara lain keterbukaan pemilik usaha, empati kepada pelanggan, dan sikap positif, dukungan, dan kesetaraan pemilik usaha kepada pelanggan. 3). serta tantangan yang dihadapi UMKM “Kuncoro Snack” dalam berkomunikasi dengan pelanggan antara lain meliputi bagaimana menyikapi permintaan pelanggan, menjaga konsistensi pelayanan, serta keterbatasan teknologi dan waktu respon.

Kata kunci: efektivitas, komunikasi, interpersonal, pemasaran, UMKM