

**AKTIVITAS PROMOSI TENUN IKAT TROSO SRIKANDI RATU  
JEPARA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN 2017**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Dani IlhamSetiawan**

**20130530064**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**AKTIVITAS PROMOSI TENUN IKAT TROSO SRIKANDI RATU**  
**JEPARA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN 2017**

Disusun oleh:

DANI ILHAM SETIAWAN

20130530064

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal



Dosen Pembimbing

  
**Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si**  
**19690303199702 13 035**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dani Ilham Setiawan  
Nim : 20130530064  
Jurusan/program studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul "**AKTIVITAS PROMOSI TENUN IKAT TROSO SRIKANDI RATU JEPARA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN 2017**" ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lain, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam datar pustaka.

Yogyakarta, 21 Juli 2020



**Dani Ilham Setiawan**  
20130530064

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 21 Juli 2020  
Tempat :  
Nilai :

### SUSUNAN TIM PENGUJI

**Ketua**

  
Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si

NIK. 19690303199702 13 035

**Penguji I**



Erwan Sudiwjaya, S.Sos, MBA, M.A.

NIK. S19820516201604 163 163

**Penguji II**



Muhammad Muttaqien, S.I.Kom, M.Sn

NIK. 19871120201704 163 164

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi

Tanggal: 21 Juli 2020

Mengesahkan,



Harvadi Arief Nur Rasvid, S.IP., M.Sc

NIK. 19701122199702 163 051

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

## **HALAMAN MOTTO**

**“Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah”**

**(Lessing)**

**“Dalam hidup ini, tiada jalan yang mulus dan berbatu, akan selalu ada cobaan yang menghampirimu dalam lika-liku kehidupan ini, yakinlah badai pasti berlalu, yakinlah bahwa ada hikmah disetiap kejadian yang dilalui, dan yakinlah akan janji Allah “Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya”.**

**(QS. Al-Baqarah:286)**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Rasa syukur yang senantiasa penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah serta anugerah sehingga saya masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Walaupun jauh dari kata kesempunaan namun penulis bangga dapat menyelesaikan diwaktu yang tepat sebagai awal perjuangan kembali menuju pendidikan yang selanjutnya.

### **Skripsi ini Penulis Persembahkan Untuk:**

Bapak dan Ibu tercinta Bapak Ngadiman S.Pd., dan Ibu Siti Aminingsih S.Pd. yang telah membimbing, mendidik, menyayangiku, serta mendo'akanku dengan penuh ikhlas sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik guna memperoleh gelar sarjana.

Terima kasih buat saudara-saudaraku, kakak-kakak saya, Nanang Wibowo, Vita Indriani, dan adik saya Fedy Rismalia, serta teman dekat saya semuanya dan almamaterku.

## **KATA PENGANTAR**

**Assalammu'alaikum Wr. Wb**

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayat Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas dalam menyusun skripsi ini sampai terselesaikan. Skripsi ini diberi judul **“AKTIVITAS PROMOSI TENUN IKAT TROSO SRIKANDI RATU JEPARA DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN 2017”**.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas serta memenuhi syarat-syarat guna menyelesaikan Program Strata Satu Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat dilaksanakan dengan baik atas bantuan semua pihak, sehingga penulis dengan segenap kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terutama kepada:

1. Kedua Orang Tua saya yang tiada henti-hentinya mencurahkan kasih sayangnya dan memberikan rencana hidup, bimbingan dan nasihat, kebutuhan keuangan, dan yang lebih berharga adalah do'a yang selalu di peruntukan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan Studi ini, saya berharap dan berdo'a agar kelak beliau selalu diberi kesehatan dan keelamatan oleh Allah SWT.
2. Bapak DR. Ir. Gunawan Budiyo, M.P., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan masukan yang sangat berarti bagi penyelesaian skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan perkuliahan sebagai bekal pengetahuan yang berguna dalam penyusunan skripsi.
7. Teman-teman grup Posko Reborn, Wawan, Adi, Nofrizal, Fyan, Ian, Budi, Irul, Wisnu, Arizatul, Budi, Wafiq, Iconk, Didik yang telah membantu, memberi semangat serta menghibur penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas semua waktunya kawan-kawan semoga sukses.
8. Teman-teman terdekat saya, Dika Sinatra, Ibnu, Winda, Mas Slamet, Yuda Mapo, Dwi Wahyu, Dinafera, Arief Rahman yang telah banyak membantu dan memberi semangat untuk saya. Terima kasih banyak.
9. Teman-teman kontrakan Bodeh, Rahmad, Try Nurdiansyah, Irul, Dayat yang juga telah banyak membantu dan memberi semangat serta menghibur saya untuk menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas semua waktunya kawan-kawan semoga sukses.

Semua pihak yang telah banyak membantu selama melaksanakan penelitian dan dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Semoga semua amal kebaikan yang telah diberikan mendapatkan pahala yang besar oleh Allah SWT.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena didunia ini tidak ada yang sempurna melainkan Allah SWT, semoga skripsi ini dapat membawa manfaat dan memberikan pengetahuan dalam pengembangan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

**Wassalammu'alaikum Wr. Wb.**

Yogyakarta,.....

Penulis



## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan serta mengetahui aktivitas dan faktor-faktor dalam menarik minat beli konsumen terhadap tenun ikat Troso. Peneliti ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sedangkan pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan studi dokumentasi. Sementara validitas data diuji dengan teknik triangulasi dan analisis data menggunakan metode interaktif miles dan huberman. Penelitian ini menghasilkan suatu temuan bahwa untuk menghasilkan aktivitas promosi agar tetap berjalan efektif harus melakukan tahapan seperti mengidentifikasi target promosi, menentukan tujuan promosi, memutuskan bauran promosi dan mengelola proses komunikasi pemasaran. Penelitian ini juga menemukan bahwa aktivitas promosi yang dilakukan bertujuan agar merk dapat dikenal oleh semua kalangan.

Kata kunci: tenun ikat, aktivitas, promosi, srikandi ratu

## **ABSTRACT**

This research aims to describe and find out the activities and facts in attracting consumers buy Troso Ikat. This research employed the descriptive method with qualitative approach. While the collecting data used depth interview and document study. This research was conducted in Srikandi Ratu of Jepara Industrial Home. While the validity of the data was tested through triangulation technique and the data analysis used interactive method of Miles and Huberman. The research of this result shown that to develop the promotion activity, so that the effectiveness still keep running is to do steps such as, audience target's identification, determining promotion purposes, setting up the promotion diffusion, and managing the process communication in promotion. This research also represent that promotion activity has several purposes so the brand will be known to all people.

Keywords: Troso Ikat, Activity, Promotion, Srikandi Ratu Jepara.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kerangka teori .....	5
F. Penelitian terdahulu .....	14
G. Metode Penelitian .....	16
1. Jenis Penelitian .....	16
2. Obyek Penelitian .....	17
3. Informan Penelitian .....	17
4. Teknik Pengumpulan Data .....	18
5. Teknik Analisis Data .....	19
6. Validitas Data .....	21
H. Sistematika Penulisan .....	22
<b>BAB II PROFIL UMUM TENUN TROSO SRIKANDI RATU</b>	22
A. Sejarah Tenun ikat Troso Home Industri Srikandi Ratu .....	22
1. Perkembangan Home Industri Srikandi Ratu .....	26
B. Lokasi Tempat Produksi dan Showroom Tenun Ikat Tradisional Srikandi Ratu .....	29
C. Visi .....	29
D. Misi .....	30
E. Struktur Organisasi Tenun Ikat Tradisional Srikandi Ratu .....	31
F. Personalisa atau Ketenagaan Kerja .....	34
G. Fasilitas dan Kesejahteraan Karyawan .....	35
H. Strategi, Jaringan Pemasaran .....	36

<b>BAB III</b>	<b>PEMBAHASAN</b>	37
	A. Sajian Data .....	37
	1. Proses Perencanaan Promosi .....	38
	2. Tujuan Aktivitas Promosi .....	42
	3. Aktivitas Promosi yang di Lakukan .....	43
	4. Media Promosi yang di Lakukan .....	50
	B. Analisis Data.....	54
<b>BAB IV</b>	<b>PENUTUP</b>	70
	A. Kesimpulan .....	70
	B. Saran .....	71
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	72
	<b>LAMPIRAN</b>	
	<b>DAFTAR GAMBAR</b>	
	Gambar: 2.1. <i>Home Industry</i> Srikandi Ratu .....	27
	Gambar:2.2 Ruang atas Srikandi Ratu bagian Produksi .....	28
	Gambar:2.3 Ruang Galery <i>Home Industry</i> Srikandi Ratu .....	28
	Gambar: 2.4.Struktur Tenun Ikat Srikandi Ratu	32
	Gambar: 3.1 Promo di sosialmedia .....	46
	Gambar: 3.2 Promosi di sosialmedia .....	46
	Gambar:3.3 akuninstagramSrikandiRatu .....	51
	Gambar: 3.4 akuninstagramSrikandiRatu .....	52
	Gambar: 3.5endorsment Srikandi Ratu .....	53
	Gambar:3.6endorsment Srikandi Ratu .....	54