

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
BATIK EB TRADITIONAL DALAM MENARIK MINAT BELI
KONSUMEN DI CIREBON**

**STRATEGY MARKETING COMMUNICATIONS OF
BATIK EB TRADITIONAL IN DRAWING ENTHUSIASM BUY
COSTUMER IN CIREBON**

SKRIPSI



Oleh:

MUSTAFIDAH
20050530005

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2009**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
BATIK EB TRADITIONAL DALAM MENARIK MINAT BELI
KONSUMEN DI CIREBON**

**STRATEGY MARKETING COMMUNICATIONS OF
BATIK EB TRADITIONAL IN DRAWING ENTHUSIASM BUY
COSTUMER IN CIREBON**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta**



Oleh:

**MUSTAFIDAH
20050530005**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2009**

SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan tim penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 02 Mei 2009
Tempat : Ruang Negosiasi Ilmu Komunikasi
Dengan Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
Tanggal, 02 Mei 2009

Fajar Iqbal S.Sos., M.Si
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

MOTTO

- Sesungguhnya beserta (setelah) kesulitan ada kemudahan dan sesungguhnya bersama kesusahan ada kemudahan (QS.Al-Insyiroh: 5-6).
- Kehidupan orang itu akan menjadi kisah untuk sesudahnya Maka, jadilah kisah yang baik bagi orang yang sadar (DR. Aidh al Qarni).
- Wanita Adalah Bintang di Langit dan Menerangi Kegelapan. Jadilah seperti Asiyah binti Muzahim r.a. istri Fir'aun, Ibunda Isa AS Maryam binti Imran, Khadijah dan Aisyah r.a. istri Muhammad SAW, Fatimah Azzahra binti Muhammad SAW istri Ali bin Abi Thalib.

PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Aku Persembahkan Untuk:

- Bapakku tercinta Alm. H. Dai'n Syarifuddin semoga Bapak bahagia disana.....
- Mamaku tersayang Hj. Fatimah, terima kasih semuanya atas pengorbanan, doa, kasih sayang yang tulus semoga Allah selalu memberi perlindungan, rahmat dan rezekiNya.....
- Keluargaku aku sayang kalian semua.
- Mas Suhud 'n Family makasih atas dukungan, doa dan bantuannya. Aku juga sayang kalian.
- Almamaterku UMY.

Terima Kasih....

1. Allah SWT atas ridhomu akhirnya skripsiku bisa selesai.
2. Bapakku Alm. H. Da'in Syarifuddin.
3. Mamaku Hj. Fatimah atas doa, dukungan dan kasih sayang.
4. A'Upi+mba'Imas, A'Dindin+mba' Nana, A'Aan+mba' Ida, Mba' Ayan+ang Iin, Winda, Dila makasih doanya ya....
5. Makrus, Miqdad, Najwa makasih ya sayang tante gemeees pisan sama kalian...
6. Mas Suhud calon suamiku makasih ya sayang do'a, bantuan, dan dukungannya akhirnya aku bisa selese.
7. Semua keluarga besar Alm. KH. As'ad Dasuki dan Alm. Pa'de Surnata yang terus ngedukung aku di setiap langkahku.
8. Wa'Imron, wa'Najibah, abah Inu, Umi, ustad Yahya, ustad Asikin yang telah ngasih amalan-amalan dalam menjalani hidup yang banyak ujian ini. Makasih ya....makasih.....pisan.
9. Sinta,zepsi,windi,ismi,anjar,mba'ida,mba'maya,mba'eni,dila,arlin, galuh,mutia,yuni,anggun,yori,neli,hamdan,makasih ya semuanya...
10. Segenap family KPC, makasih atas dukungan dan bantuannya akhirnya aku selesaiiii.....
11. Pak Jono dan mba'Siti makasih udah sabar bantu segala keperluanku di kampus.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segenap rasa syukur hanyalah senantiasa tercurahkan untuk Allah SWT pemilik segala sesuatu yang hidup dan yang mati. Atas segala rahmat, kekuatan, hidayah dan inayahNya lah akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BATIK EB TRADISIONAL DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN DI CIREBON”. Sholawat dan salam juga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang memberikan tauladan dan panutan yang baik kepada umat manusia dalam menapaki kehidupan ini.

Tugas akhir ini disusun oleh penulis dalam rangka untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Politik pada Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari sepenuhnya, meskipun skripsi ini telah banyak melalui berbagai revisi untuk kesempurnaannya namun sngatlah disadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, sehingga masih banyak ditemui celah dan kekurangan yang sangat disadari sepenuhnya oleh penulis. Demikian pula seluruh rangkaian isi dari karya ini, yang disusun oleh penulis banyak kekurangan, belum dapat dijadikan suatu pedoman atau catatan yang menunjang segala pemikiran yang memadai.

Penulis menyadari, tersusunnya tugas akhir ini tidak terlepas dari kerjasama yang baik, segala bantuan teknis, material dan spiritual dari berbagai pihak dan untuk peran serta tersebut penulis sampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang turut membantu sehingga penyusunan skripsi ini dapat terlaksana sebagaimana mestinya. Penulis hanya bisa menyampaikan rangkaian terima kasih teriring rasa syukur dengan segenap kerandahan hati, atas segala kerjasama dan bantuan yang sempurna ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan penulis rahmat dan segala kasih sayangNya sehingga penulis menjadi lebih kuat, sabar dan tegar dalam menjalankan ujian yang cukup berat ini.
2. Bapak (alm) dan mama dengan segala kasih sayang, do'a, dan pengorbanan yang tiada henti sehingga menjadikan setiap langkahku, setiap permasalahan yang aku lalui dapat mudah dijalani.
3. Bapak H. Edi Baredi dan staff batik EB Tradisional Cirebon yang telah memberikan izin, waktu dan kenyamanan dalam penelitian ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan juga tepat pada waktunya.
4. Bapak Ir. H. Dasron Hamid, M.Sc., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak Taufiqurrahman, S.Sos, M.Si., selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Bapak Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si., selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

7. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP, M.Si., selaku dosen pembimbing I dan Bapak Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn., selaku dosen pembimbing II yang tak pernah lelah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Aswad Ishak, S.IP selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan kritik dan saran.
9. Terakhir, penulis sampaikan terima kasih kepada segenap akademik UMY serta pihak-pihak yang turut andil dalam memberikan kontribusi pada karya ini yang tanpa bermaksud melupakan, namun hanya tidak mampu tertulis satu persatu.

Semoga apa yang penulis telah persembahkan ini, meskipun masih banyak kekurangan dan kelemahan sehingga bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat khususnya secara pribadi untuk penulis dan selebihnya kepada semua pihak yang bersedia menjadikannya bermanfaat. Amien.....

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 4 Mei 2009

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori	11
F. Metode Penelitian	30
BAB II. GAMBARAN UMUM.....	34
A. Sejarah Batik Cirebon	34
B. Deskripsi Batik EB Tradisional	35

C. Motto Usaha	37
D. Struktur Organisasi	38
E. Kekaryawanan	43
F. Perihal Produk	48
BAB. III PEMBAHASAN	47
A. Deskripsi Data.....	47
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Batik EB Traditional.....	47
2. Tujuan Komunikasi Pemasaran Batik EB Traditional	51
3. Proses Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	52
4. Faktor Pendukung dan Penghambat Pada Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	80
B. Analisis Data	83
BAB. IV PENUTUP	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	113

DAFTAR PUSTAKA

INTERVIEW GUIDE

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Batik Mega Mendung sebagai ikon utama batik Cirebon	6
Gambar 2	Analisis SWOT : Strategi yang dapat direncanakan untuk pengembangan perusahaan	13
Gambar 3	Proses komunikasi Harold D. Laswell	16
Gambar 4	<i>Marketing mix</i>	18
Gambar 5	Proses pengambilan keputusan dalam komunikasi pemasaran	25
Gambar 6	Proses perilaku konsumen	28
Gambar 7	Struktur organisasi Batik EB Traditional	39
Gambar 8	Kemeja Batik EB Traditional	43
Gambar 9	<i>Long dress</i> Batik EB Traditional	44
Gambar 10	Kerudung Batik EB Traditional	45
Gambar 11	Sarimbit Batik EB Traditional	46
Gambar 13	<i>X-Banner</i> batik EB Tradisional	62
Gambar 14	Brosur Batik EB Traditional	65
Gambar 14	Kartu nama Batik EB Traditional	66
Gambar 15	EB <i>Shuttle Bus</i> sebagai layanan antar jemput	67

ABSTRAK

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS
MUSTAFIDAH
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BATIK EB TRADITIONAL
DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN DI CIREBON
TAHUN SKRIPSI 2009 + 114 HAL + 5 HALAMAN LAMPIRAN
DAFTAR KEPUSTAKAAN : 21 BUKU + 4 JURNAL + 3 WEBSITE**

Saat ini perkembangan dunia bisnis lokal di Indonesia terus berkembang dengan mengeluarkan ide-ide positif yang dapat menarik minat beli konsumen. Salah satu produk Indonesia yang kini berkembang pesat adalah industri batik tradisional. Batik EB Traditional merupakan industri batik tradisional yang memproduksi batik dengan paduan batik klasik Cirebonan dan modern yang harus terus berinovasi dan terus bersaing dengan produk batik lainnya di wilayah Cirebon maupun batik Pekalongan, Solo maupun Yogyakarta agar dapat menarik minat beli konsumen. Persaingan dalam industri batik ini tidak luput dengan adanya strategi komunikasi pemasaran dimana strategi tersebut merupakan langkah awal dalam menjaring dan menarik konsumen untuk dapat membeli produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Batik EB Traditional dalam menarik minat beli konsumen serta bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran pada Batik EB Traditional. Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengamati dan menganalisa fenomena komunikasi pemasaran yang terjadi di Batik EB Traditional. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Batik EB Traditional merupakan salah satu *home industry* batik yang sudah cukup baik dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran. Lima bauran pemasaran yang digunakan oleh Batik EB Traditional dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran adalah meliputi periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

ABSTRACT

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA
POLITICAL AND SOCIAL SCIENCE OF FACULTY
COMMUNICATIONS SCIENCE
PUBLIC RELATIONS
MUSTAFIDAH
STRATEGY MARKETING COMMUNICATIONS OF EB BATIK
TRADITIONAL IN DRAWING ENTHUSIASM BUY CUSTOMER IN
CIREBON
TAHUN SKRIPSI 2009 + 114 HALAMAN + 5 HAL LAMPIRAN
DAFTAR KEPUSTAKAAN: 21 BOOKS + 4 JOURNALS + 3 WEBSITE**

At this time local business world developments in Indonesia continued to develop by dismissing positive ideas that could attract the interest in buying the consumer. One of the Indonesian products that currently develops fast was the traditional batik industry. EB Batik Traditional was the traditional batik industry that produced batik with the classic Cirebonan batik escort and modern that continued to innovate and continue to complete with the other batik products in the Cirebon territory and outside Cirebon like Pekalongan batik, Solo and Yogyakarta in order to be able to attract the interest in buying the consumer. The competition in this batik industry did not escape with the existence of the strategy of marketing communications where this strategy was the step in early in encompassed and interesting could buy this product. The purpose of this research was to know how the strategy of marketing communications that was done by EB Batik Traditional in attracting the interest in buying the consumer in Cirebon as well as how the supporting factor and the obstacle in the implementation of the strategy of marketing communications to EB Batik Traditional. This research also used the descriptive method qualitative by observing and analysing the phenomenon of marketing communications that happened in EB Batik Traditional. The results of this research showed that EB Batik Traditional was some home industry batik that has been good enough in the implementation of the strategy of marketing communications. Five of marketing mixtures that was done by EB Batik Traditioal in the implementation of strategy of marketing communications was to advertising, personal selling, sales promotions, public relations and the direct marketing.