

AKTIVITAS PROMOSI BATIK & KABAYA MANGKORO

**(Studi Deskriptif Tentang Aktivitas Promosi Batik & Kabaya Mangkoro
Dalam Menarik Minat Konsumen)**

Skripsi



ERNI BUDIARTI

NIM : 20060530133

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Created with

n nitroPDF professional

download the free trial online at nitropdf.com/professional

AKTIVITAS PROMOSI BATIK & KABAYA MANGKORO

**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Aktivitas Promosi Batik & Kabaya
Mangkoro Dalam Menarik Minat Konsumen)**

PROMOTIONAL ACTIVITIES BATIK & KABAYA MANGKORO

**(Qualitative Descriptive Study of Batik & Kabaya Mangkoro Promotional
Activities in Attracting Consumers)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Disusun Oleh:

ERNI BUDIARTI

NIM : 20060530133

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Created with

n nitro^{PDF} professional

download the free trial online at nitropdf.com/professional

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Skripsi Ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada:

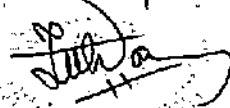
Hari : Senin

Tanggal : 11 Juli 2011

Tempat : Ruang Rapat Ik.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



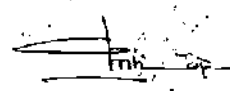
(Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn)

Penguji I



(Haryadi Arief NR., S.IP., M.Si)

Penguji II



(Frizki Yulianti N., S.IP)

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk

Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)

Pada : Senin, 11 Juli 2011



Aswad Ishak, S.IP., M.Si

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segenap rasa syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, karena berkat kuasa-Nya lah skripsi ini bisa terselesaikan. Shalawat seta salam senantiasa penulis curahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta para sahabatnya.

Syukur Alhamdulillah, skripsi dengan judul “Aktivitas Promosi Batik & Kabaya Mangkoro”, akhirnya dapat diselesaikan. Adapun skripsi ini adalah satu syarat akademik guna mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari do'a, pengarahan, bimbingan, serta bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. H. M. Dasron Hamid, M. Sc, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Achmad Nurmandi, M. Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., MSi selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
4. Bapak Zuhdan Aziz, S.Ip., S. Sn Selaku dosen pe

5. Bapak Haryadi Arief NR., S.IP., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam skripsi ini.
6. Ibu Frizki Yulianti N., S.IP selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam skripsi ini.
7. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si selaku dosen penguji proposal dalam skripsi ini.
8. Dosen-dosen Komunikasi UMY atas ilmu yang berguna yang telah telah diberikan selama perkuliahan.
9. Pak Jono dan Mbak Siti Wijayanti yang bersedia membantu dalam mengurus segala keperluan surat menyurat dan memberikan informasi yang dibutuhkan.
10. Bapak Sodikin selaku pemilik Batik & Kabaya Mangkoro yang telah bersedia mengizinkan untuk penelitian skripsi.
11. Ibu Dewi Sari selaku HMD Batik & Kabaya Mangkoro yang telah bersedia menjadi informan dalam skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang telah membantu, menyemangati, dan mendo'akan sehingga skripsi ini telah terselesaikan.

Wassalamualaikum Wa'alaik

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Erni Budiarti

Aktivitas promosi Batik & Kabaya Mangkoro

Tahun skripsi: 2011 +110 halaman + 14 lampiran +4 halaman tabel +25

halaman gambar

Daftar Kepustakaan: 15 buku + 2 sumber online + 1 orang sebagai narasumber

Penelitian ini mengenai aktivitas promosi Batik & Kabaya Mangkoro. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas promosi Batik & Kabaya Mangkoro. Metode yang digunakan adalah metode penelitian analisis deskriptif, karena metode ini akan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan aktivitas promosi yang digunakan oleh Batik & Kabaya Mangkoro adalah periklanan meliputi iklan media lini atas (surat kabar dan majalah) dan media lini bawah (*Video tronik, Billboard, banner, katalog, kalender, kartu nama, folder*). Kegiatan promosi penjualan dengan membagikan kartu diskon dan mengadakan beberapa kontes yang ada kaitannya dengan batik sebagai produk yang ditawarkan perusahaan. Melalui Humas dan publikasi dilakukan dengan dengan melaksanakan pameran, kontes, serta kegiatan *event-event* yang berhubungan dengan produk dan didukung dengan pemberitaan di media cetak. Penjualan Personal (*personal selling*) dilakukan dengan *costumer service, door to door, dan geathering member*. Pemasaran langsung dilakukan dengan mengirimkan email kepada pelanggan dan *telemarketing*. Sedangkan pemasaran interaktif yang dilakukan untuk lebih memudahkan konsumen berinteraksi langsung dengan pemasar melalui *website*.

ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Department of Communication Science
Advertising concentration**

Erni Budiarti

Promotional Activities Batik & Kabaya Mangkoro

Thesis Year: 2011 +110 page + 14 page appendix + 4 tables pages + 25 picture page

Resource Library: 15 books + 2 online resource + 1 as a resource person

This study of promotional activities Batik & Kabaya Mangkoro. The purpose of this study was to determine the promotional activity Batik & Kabaya Mangkoro. The method used is descriptive analytical research method, because this method will. Techniques of data collection using interviews and documentation.

The results show promotional activity used by Batik & Kabaya Mangkoro is advertising includes advertising on-line media (the newspaper and magazines) and bottom-line media (Video Tronik, Billboard, banners, catalogs, calendars, business cards, folders). Sales promotion activities by distributing discount cards and held a few contests that have anything to do with batik as a product offered by the company. Through public relations and publications done by carrying out exhibitions, contests, events and activities associated with the product and is supported by reports in print media. Personal selling is done with customer service, door to door, and geathering member. Direct marketing is done by sending an email to customers and telemarketing. While the interactive marketing being done to make it easier for consumers to interact directly with marketers through the website.

Keywords: Activity promotion, Promotion mix, and Consumer interest.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Teori	8
F. Metode Penelitian	24

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Sidiq Manajemen	31
B. Unit Usaha yang Dikelola Sidiq Manajemen.....	32
C. Visi dan Misi Sidiq Manajemen	33
D. Batik dan Kabaya Mangkoro	34
a) Sejarah Batik dan Kabaya Mangkoro	35
b) Alamat Batik dan Kabaya Mangkoro	37
c) Produk Batik dan Kabaya Mangkoro	38
d) Tagline Batik dan Kabaya Mangkoro.....	43
e) Daftar Kerajinan Batik dan Kabaya Mangkoro	43

BAB III PEMBAHASAN

A. Sajian Data	46
1. Analisa situasi Batik & Kabaya Mangkoro	46
2. Proses Pelaksanaan Aktivitas Promosi.....	48
3. Aktivitas Promosi Batik dan Kabaya Mangkoro	56
1. Periklanan.....	58
2. Promosi Penjualan.....	64
3. Humas dan Publikasi	65
a. Pameran.....	66
b. Event.....	67
c. Kontes.....	70
4. Penjualan Personal	72
5. Pemasaran Langsung.....	73
6. Pemasaran Interaktif.....	73
B. Analisis	75
1. Periklanan.....	90
2. Promosi Penjualan	97
3. Humas dan Publikasi	99
4. Penjualan Personal.....	100
5. Pemasaran Langsung.....	102
6. Pemasaran Interaktif.....	102

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	106
B. Saran	107

DAFTAR BUSTAKA	109
----------------------	-----