

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS

DEWI ASTRANI

STRATEGI PROMOSI ONLINE PRODUK BATIK

DARI KAMPUNG CYBER KAMPUNG TAMAN KERATON YOGYAKARTA

Tahun Skripsi 2011 + 88 HAL + 10 LAMPIRAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN : 16 BUKU + 1 JURNAL + 4 WEBSITE

Saat ini berkembang dunia bisnis lokal di Indonesia terus berkembang dengan mengeluarkan ide positif untuk mempromosikan produk batik kampung cyber. Merupakan salah satu produk yang kini berkembang pesat adalah industry batik. Kampung cyber merupakan kampung batiknya kota Yogyakarta, dan keunggulan batik lukisnya, dan modern yang terus berinovasi, dan bersaing dengan produk batik lainnya di wilayah Yogyakarta maupun bayik, pekalongan, solo maupun Cirebon agar dapat mempromosikan produk batik. Persaingan dalam industry batik ini tidak luput dengan adanya strategi komunikasi pemasaran online dimana strategi tersebut merupakan langkah awal dalam menjangkau dan mempromosikan produk batik dan menarik konsumen untuk dapat membeli produk tersebut. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan dianalisis secara kualitatif. Lokasi penelitian bertempat di kampung taman keraton Yogyakarta. Informan dalam penelitian ini adalah pengurus kampung cyber, pengrajin kampung cyber. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik Analisis data adalah analisis data kualitatif. Penelitian ini bertujuan bagaimana internet sebagai media mempromosikan produk batik, dan *E-commerce* dan Pengaruhnya Terhadap Produk Batik Kampung cyber, strategi pemasaran online yang dilakukan oleh kampung cyber dalam mempromosikan produk batik, proses pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran online serta bagaimana faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran online pada kampung cyber dalam mempromosikan produk batik. Lima bauran komunikasi pemasaran yang digunakan kampung cyber dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran online yang digunakan oleh kampung cyber adalah periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

ata kunci : promosi online

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS

PROMOTION STRATEGIES ONLINE OF VILLAGE CYBER VILLAGE

PRAK KERATON YOGYAKARTA

YEARS OF RESEARCH 2011 + 88 HAL + 10 LAMPIRAN

CATALOG OF LITERATURE: 16 BUKU + 1 JURNAL + 4 WEBSITE

Currently developing a local business in Indonesia continues to grow by issuing positive ideas to promote batik products cyber village. It is one product that is now thriving batik industry. Cyber Village is a kampung batik of Yogyakarta city, and the benefits of batik painting, and modern continue to innovate, and compete with other products in the region of Yogyakarta batik or batik, Pekalongan, Solo and Cirebon Facebook to promote batik products. Competition in the batik industry is not spared by the online marketing communication strategy where the strategy is the first step in recruiting and promoting batik products and attract consumers to buy the product. The research method used in this research is descriptive method and analyzed qualitatively. Location of the study took place kampong garden palace of Yogyakarta. Informants in this study is the village board cyber, cyber village craftsmen. Data collection methods using depth interviews, observation, and documentation. Technical Analysis of the data is qualitative data analysis. This study aimed at how the internet as a medium for promoting batik products, and E-commerce and their Effects on Product Batik Kampoeng cyber, online marketing strategies undertaken by cyber village in the promotion of batik products, process of implementation of online marketing communications strategy and how factors supporting and inhibiting factors in the implementation of online marketing communications strategy on cyber village in promoting products batik. Five marketing communication mix used in the implementation of the cyber home of online marketing communication strategy used by cyber village is advertising, sales promotion, public relations and direct marketing.

Keywords: online promotion, batik products, cyber village

Created with

 **nitroPDF** professional

download the free trial online at nitropdf.com/professional