

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
KOMUNITAS BATIK BEKASI (KOMBAS) DALAM
MELESTARIKAN BATIK KHAS BEKASI PADA
MASYARAKAT BEKASI
(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran
Komunitas Btaik Bekasi dalam Melestarikan Batik Khas Bekasi
Pada Masyarakat Bekasi Utara)**

SKRIPSI

**Oleh:
Dewi Nurjanah
201310415078**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2017**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Komunitas Batik Bekasi (KOMBAS) dalam Melestarikan Batik Khas Bekasi Pada Masyarakat Bekasi (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Komunitas Batik Bekasi dalam Melestarikan Batik Khas Bekasi)

Nama Mahasiswa : Dewi Nurjanah

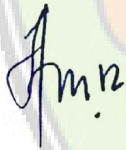
Nomor Pokok Mahasiswa : 201310415078

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Bekasi, 05 Januari 2018

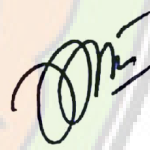
MENYETUJUI,

Pembimbing I



Nurul Fauziah, S.Sos, M.IKom
NID. 0041509033

Pembimbing II



Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds, M.Si
NID. 041505028

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Komunitas Batik Bekasi (KOMBAS) dalam Melestarikan Batik Khas Bekasi Pada Masyarakat Bekasi (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Komunitas Batik Bekasi (KOMBAS) dalam Melestarikan Batik Khas Bekasi Pada Masyarakat Bekasi Utara)

Nama Mahasiswa : Dewi Nurjanah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201310415078
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Januari 2018

Bekasi, 05 Januari 2018


MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Nurul Fauziah, S.Sos, M.IKom
NID. 0041509033

Penguji I : Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds, M.Si
NID. 041505028

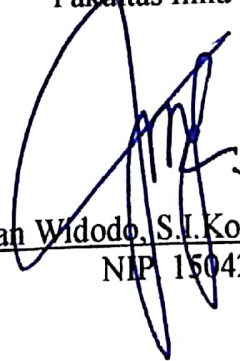
Penguji II : Nita Komala Dewi, S.I.Kom, M.M
NID. 0041509042

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 1602244

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi


Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran Komunitas Batik Bekasi (KOMBAS) dalam Melestarikan Batik Khas Bekasi Pada Masyarakat Bekasi (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Komunitas Batik Bekasi (KOMBAS) dalam Melestarikan Batik Khas Bekasi Pada Masyarakat Bekasi Utara)** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto-copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 05 Januari 2018
Yang membuat pernyataan,



Dewi Nurjanah
201310415078

ABSTRAK

DEWI NURJANA, 201310415078. Strategi Komunikasi Pemasaran Komunitas Batik Bekasi (KOMBAS) dalam Melestarikan Batik Khas Bekasi pada Masyarakat Bekasi (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Melestarikan Batik Khas Bekasi pada Masyarakat Bekasi Utara).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran komunitas batik bekasi (KOMBAS) dalam melestarikan batik khas bekasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan studi deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik penentuan informan yang dilakukan adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi Komunitas Batik Bekasi, meliputi 4P, yaitu: produk (*product*) yang ditawarkan merupakan batik khas Bekasi, harga (*price*) produk yang ditawarkan Batik khas Bekasi *relative* murah, tempat (*place*) yaitu dipasar *modern* Bekasi Town Square, promosi (*promotion*) yang dilakukan oleh Komunitas Batik Bekasi. dalam menginformasikan batik khas Bekasi kepada masyarakat, melalui *event*, *workshop*, seminar, media sosial dan media *online* dengan alat promosi yaitu: Pertama, periklanan (*advertising*) dengan cara media sosial dan media *online*. Kedua, penjualan tatap muka (*personal selling*) dengan cara berkomunikasi kepada pengunjung untuk memberitahukan dan menjual produk batik khas Bekasi pada *event*, *workshop* dan seminar tersebut. Ketiga publisitas (*publicity*) dengan cara berkerjasama dengan media *online* dan media surat kabar untuk meliput kegiatan batik khas Bekasi. Keempat, berhubungan langsung dengan konsumen dengan cara memberi himbawan kepada seluruh sekolah Negeri Kota Bekasi untuk mewajibkan memakai baju batik khas Bekasi dengan berkerjasama Pemerintah Kota. Lalu di analisis dengan teori AIDDA yaitu *Attention, Inters, Desire, Decision, Action*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Komunitas Batik Bekasi, Melestarikan Batik Khas Bekasi

ABSTRACT

DEWI NURJANAH, 201310415078. *Marketing communication strategy Batik Bekasi Community (KOMBAS) in preserving batik Bekasi to the people of Bekasi (Study of descriptive qualitative marketing communication strategy in preserving batik Bekasi in North Bekasi Society).*

This study aims to find out how Marketing Communications Strategy Batik Bekasi Community (KOMBAS) in Preserving Batik speciality Bekasi. This type of research is a qualitative research with descriptive study. Sources of data used in this study are primary and secondary data sources. The technique of determining the informants are purposive sampling. Technique of data collecting by observation, interview, and documentation.

The results of this study indicate that the communication strategy of Batik Bekasi community (KOMBAS) includes 4P, namely: PRODUCTS offered is speciality Batik Bekasi, PRICE of products offered Batik typical Bekasi relatively cheap, PLACE that is modern market of Bekasi Town Square and PROMOTION which undertaken by Batik Community Bekasi in informing batik Bekasi typical to the community through events, workshops, seminars, social media and online media. With promotional tools are: First, advertising by means of social media and online media. Personal selling by communicating to the visitor to notify and sell the product of batik Bekasi at events, workshops and seminars. Third, publicity by working with online media and newspaper media to cover batik Bekasi activities. Fourth, deal directly with consumers by giving an appeal to all Bekasi City public schools to require wearing batik Bekasi uniform in cooperation with the City Government. Then analyzed by AIDDA theory that is Attention, Interest, Desire, Decision, Action.

Keywords: *Marketing Communications Strategy, Batik Bekasi Community, Preserving Batik speciality Bekasi*

KATA PENGANTAR

Pertama penulis mengucapkan Alhamdulillah serta puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, serta Nabi Muhammad SAW sehingga penulis bisa dapat menyelesaikan skripsi. Yang dimana penulis melaksanakan penelitian di Komunitas Batik Bekasi. Adapun judul skripsi penulis yaitu **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KOMUNITAS BATIK BEKASI DALAM MELESTARIKAN BATIK KHAS BEKASI PADA MASYARAKAT BEKASI” (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Komunitas Batik Bekasi Dalam Melestarikan Batik Khas Bekasi Pada Masyarakat Bekasi Utara).**

Penulis menyadari masih ada kekurangan dan kelemahan dalam melakukan penyusunan SKRIPSI, oleh sebab itu segala kritik dan saran membangun akan penulis terima, berkat bimbingan dari berbagai pihak penulis bisa menyelesaikan SKRIPSI dengan tepat waktu. Kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada kedua Orang Tua tercinta yang sudah mendukung, memberikan motivasi dan selalu mendoakan penulis.

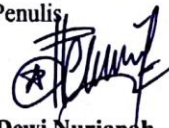
Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Pol (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Aan Widodo, S.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan sebagai Dosen Pembimbing I
4. Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds, M.Si sebagai Dosen Pembimbing II
5. Nita Komala Dewi, S.I.Kom, MM sebagai Dosen Penguji
6. Dr. Hj. Silvia Nurlaila, S.Pd, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik
7. Bapak Barito Hakim Putra, Rio Damaris dan seluruh anggota Komunitas Batik Bekasi
8. Astuti Pohan, Eko Budi S, Fajar SN, Risma, Renny, Resha, Regina yang membantu penulis dan selalu *support* penulis

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh sebab itu penulis menerima segala kritikan untuk membangun dan mendidik yang senantiasa penulis terima dengan lapang dada, agar skripsi ini dapat bermanfaat dimasa yang akan datang.

Bekasi, 05 Januari 2018

Penulis,



Dewi Nurjanah
201310415078

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Komunikasi	10
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.4 Strategi Komunikasi.....	13
2.1.5 Strategi Pemasaran.....	13
2.1.6 Bentuk-Bentuk Strategi Pemasaran.....	14
2.1.7 Batik	15
2.1.8 Kegunaan Batik.....	16
2.1.9 Pola Batik	17
2.1.10 Batik Bekasi	19
2.2 Tinjauan Teori	21
2.2.1 Teori AIDDA	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	25
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Key Informan dan Informan.....	26
3.2.1 Key Informan	26
3.2.2 Informan	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Wawancara.....	28

3.3.2 Observasi	29
3.3.3 Dokumentasi.....	30
3.4 Teknik Analisis Data	30
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Gambaran Umum Komunitas Batik Bekasi (KOMBAS)	32
4.1.2 Profil Komunitas Batik Bekasi	34
4.1.3 Logo Komunitas Batik Bekasi	35
4.1.4 Visi dan Misi Komunitas Batik Bekasi	35
4.1.5 Struktur Organisasi Komunitas Batik Bekasi.....	36
4.1.6 Motif Batik Bekasi	38
4.1.7 Penyajian Data	43
4.1.8 Profil <i>Key Informan</i> dan Informan	46
4.1.8.1 <i>Key Informan</i>	47
4.1.8.2 Informan	49
4.1.9 Kegiatan dan Pelatihan Komunitas Batik Bekasi.....	53
4.2 Pembasan.....	55
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Komunitas Batik Bekasi dalam Melestarikan Batik Khas Bekasi.....	55

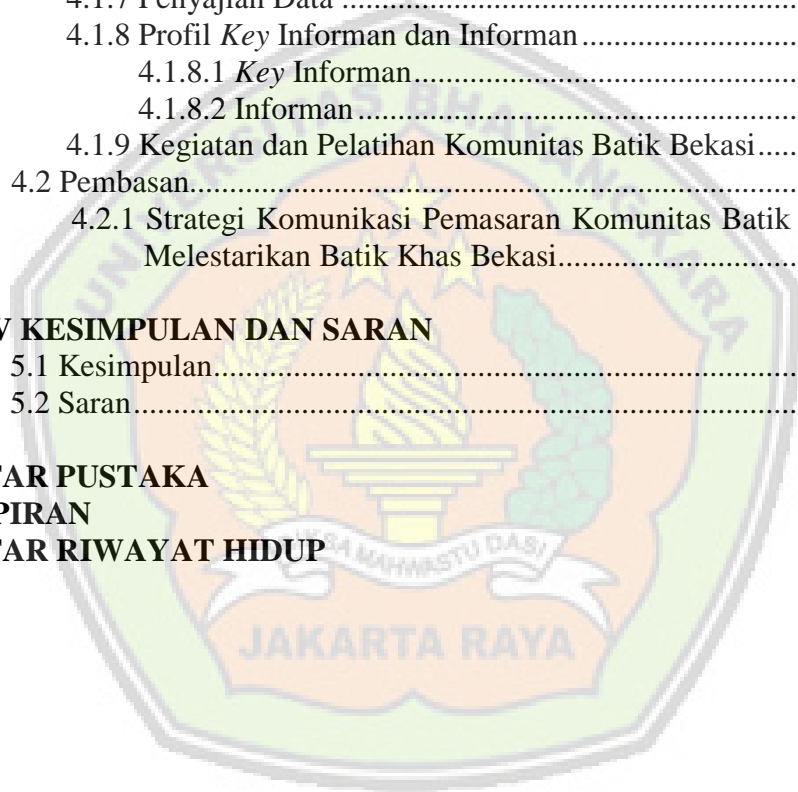
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ragam Batik Bekasi.....	2
Gambar 1.2 Logo Komunitas Batik Bekasi.....	6
Gambar 4.1 Logo Komunitas Batik Bekasi.....	35
Gambar 4.2 Batik Topeng	38
Gambar 4.3 Batik Flora dan Fauna.....	39
Gambar 4.4 Batik Bambu	39
Gambar 4.5 Batik Monumen	40
Gambar 4.6 Batik Bunga Teratai.....	40
Gambar 4.7 Batik Flora dan Fauna.....	41
Gambar 4.8 Batik Bambu, Ikan Gabus dan Durian.....	41
Gambar 4.9 Batik Parang Daun Gabus.....	42
Gambar 4.10 Batik Rumah Adat Bekasi dan Pohon Bambu.....	42
Gambar 4.11 Batik Burung Mandar dan Bunga Teratai.....	43
Gambar 4.12 Baju, Kain, Selendang dan Rok Batik Khas Bekasi.....	57
Gambar 4.13 Ikat Kepala Batik Khas Bekasi.....	57
Gambar 4.14 Pengunjung <i>event</i> Batik Bekasi.....	59
Gambar 4.15 Model Produk Batik Khas Bekasi.....	60
Gambar 4.16 Saat Menjelaskan Produk Batik Khas Bekasi.....	61
Gambar 4.17 Lokasi Bekasi Town Square.....	66
Gambar 4.18 Lokasi Bekasi Town Square.....	61
Gambar 4.19 Media Sosial Komunitas Batik Bekasi.....	69
Gambar 4.20 Media <i>Online</i> Komunitas Batik Bekasi.....	69
Gambar 4.21 Menjual Batik Khas Bekasi.....	71
Gambar 4.22 Liputan <i>event</i> Komunitas Batik Bekasi.....	74
Gambar 4.23 Liputan <i>event</i> Komunitas Batik Bekasi.....	76
Gambar 4.24 Liputan <i>event</i> Komunitas Batik Bekasi.....	78
Gambar 4.25 Pengunjung <i>event</i> Komunitas Batik Bekasi di Cikarang..	79
Gambar 4.26 Pengunjung <i>event</i> Komunitas Batik Bekasi di Hotel Santika.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Key Informan.....	47
Tabel 4.2 Informan	49



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.3 Kerangka Pemikiran	23
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Komunitas Batik Bekasi.....	36

