

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI
“PERSONAL SELLING” DALAM MELESTARIKAN BATIK
BETAWI (STUDI DESKRIPTIF KULITATIF PENGURUS
BATIK SERACI DALAM MELESTARIKAN BATIK BETAWI
DI DESA SEGARAJAYA)**

SKRIPSI

Oleh :
Mohamad Egy Saputra
201510415059



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi

:Strategi Komunikasi Pemasaran melalui *Personal Selling* Dalam Melestarikan Batik Betawi (Studi Deskriptif Kualitatif Pengurus Batik Seraci Dalam Melestarikan Batik Betawi Di Desa Segarajaya)

Nama Mahasiswa

: Mohamad Egy Saputra

Nomor Pokok Mahasiswa

: 201510415059

Program Studi/Fakultas
Tanggal Ujian

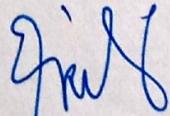
: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
: 20 Juni 2019



Jakarta, 04 Juli 2019

MENYETUJUI,

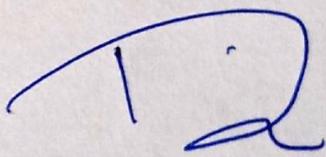
Pembimbing I



Erita Riski Putri, S.Sos.,M.Si

NID. 041503027

Pembimbing II



Rr. Dinar Soelistyowati,S.Sos.,M.I.Kom.,MM

NID. 041808046

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Proposal Skripsi

:Strategi Komunikasi Pemasaran melalui “*personal selling*” Dalam Melestarikan Batik Betawi (Studi Deskriptif Kualitatif Pengurus Batik Seraci Dalam Melestarikan Batik Betawi Di Desa Segarajaya)

Nama Mahasiswa : Mohamad Egy Saputra

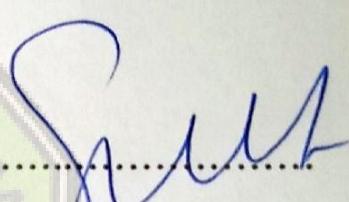
Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415059

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Ujian : 20 Juni 2019

Jakarta, 04 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Ari Sulistanto, S.Sos, M.I.Kom 

NID.041812049

Penguji I : Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom 

NID.041310016

Penguji II : Rr.Dinar Soelistyowati,S.Sos.,M.I.Kom.,MM 

NID. 041808046

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

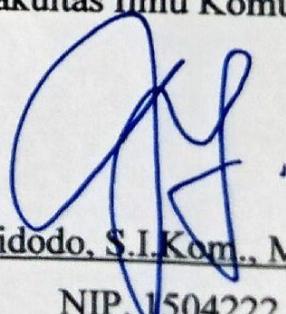


Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom

NIP. 1602244

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang Berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI "PERSONAL SELLING" DALAM MELESTARIKAN BATIK BETAWI (STUDI DESKRIPTIF KULITATIF PENGURUS BATIK SERACI DALAM MELESTARIKAN BATIK BETAWI DI DESA SEGARAJAYA)** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai refensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian 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 di foto-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 publikasitersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 04 Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan



Mohammad Egy Saputra

201510415059

ABSTRACT

Mohamad Egy Saputra, 201510415059. *Marketing Strategy Through "Personal Selling" in Preserving Batik Betawi (Qualitative Descriptive Study of Seraci Batik Management in Preserving Batik Betawi in Segarajaya Village).*

This study was to determine how the marketing communication strategy through personal selling on Batik Seraci in preserving Batik typical of Bekasi. This type of research was qualitative with descriptive studies. The data source was using in the form of words. The determination technique of the informant was Purposive sampling. Data collection techniques conducted by researchers were observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used by researchers is open coding.

The results of this study indicated that the marketing communication strategy through Batik Seraci personal selling, which includes 4P, is the product offered in the form of Batik Betawi. Price (Price) offered by Seraci Batik is quite expensive, Seraci Batik Place is in Kampung Kelapa, Segarajaya Village, Tarumajaya Sub-District, Bekasi District, Promotion (Promotion) conducted by Batik Seraci in marketing typical Bekasi batik through events, workshops, social media , with promotional tools, namely: first by posting on social media. Second, face-to-face sales (personal selling) by communicating to visitors to offer Batik Seraci products through events, batik training, seminars, billboards, banners, and batik villages. Third, working with surrounding companies and local governments to run programs that have been carried out by batik seraci, with companies that work together with Batik Seraci. This research was analyzed by Marketing Promotion Model, namely 4P: Product, Price, Place and Promotion

Keywords: *Marketing Strategy Through "Personal Selling" in Preserving Betawi Batik*

ABSTRAK

Mohamad Egy Saputra, 201510415059. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui “Personal Selling” Dalam Melestarikan Batik Betawi (Studi Deskriptif Kualitatif Pengurus Batik Seraci Dalam Melestarikan Batik Betawi Di Desa Segarajaya).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran melalui *personal selling* pada Batik seraci dalam melestarikan Batik khas kabupaten bekasi. Jenis penelitian ini adalah Kulaitatif dengan studi deskriptif. Sumber data yang digunakan berupa kata-kata. Teknik penentuan Informan yang dilakukan adalah *Purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah *open coding*.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa strategi komunikasi pemasaran melalui *personal selling* Batik seraci, meliputi 4P, Yaitu Produk (*Product*) yang ditawarkan berupa Batik betawi. Harga (*Price*) yang ditawarkan Batik seraci lumayan mahal, Tempat (*Place*) Batik seraci yaitu di Kampung kelapa desa segarajaya kecamatan tarumajaya kabupaten bekasi, Promosi (*Promotion*) yang dilakukan oleh Batik seraci dalam memasarkan Batik khas kabupaten bekasi melalui *event*, *workshop*, media sosial, dengan alat promosi yaitu: pertama dengan memposting di media sosial. Kedua, penjualan tatap muka (*personal selling*) dengan cara berkomunikasi kepada pengunjung untuk menawarkan produk Batik seraci melalui event, pelatihan membatik, seminar, baliho, spanduk, dan kampung batik. Ketiga, bekerja sama dengan perusahaan sekitar dan pemerintah daerah untuk menjalankan program yang sudah dilaksanakan batik seraci, dengan perusahaan-perusahaan yang bekerja sama dengan Batik seraci. Penelitian ini dianalisis dengan Model Promosi Pemasaran yaitu 4P: *Product*, *Price*, *Place* dan *Promotion*

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui “*Personal Selling*” Dalam Melestarikan Batik Betawi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dilaksanakan selama 6 bulan terhitung dari tanggal 28 oktober 2018 hingga selesai. Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih terutama kepada Orang tua peneliti yaitu ibu Euis Susana dan Bapak Agus Komarudin yang telah mendoakan dan mendukung peneliti untuk menyusun tugas Akhir ini, dan yang tidak peneliti lupakan yaitu:

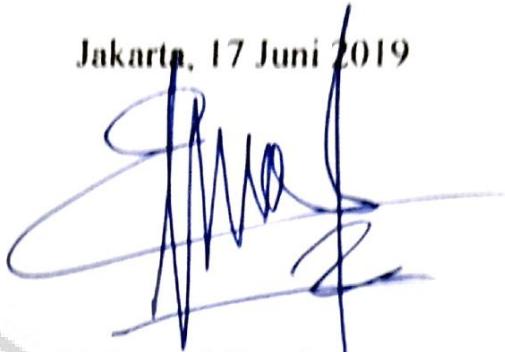
1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono., S.H.,M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungannya
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan arahan dan dukungannya.
3. Ibu Nurul Fauziah, S.Sos.,M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungannya.
4. Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, SIP, M.IR selaku Pembimbing Akademik peneliti yang telah memberikan dukungannya
5. Ibu Erita Riski Putri, S.Sos.,M.Si selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah membimbing menyusun Skripsi Peneliti.
6. Ibu Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos.,M.I.Kom., MM selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah membimbing menyusun Skripsi Peneliti.
7. Ibu Munawaroh dan Rekan-rekan selaku Ketua kelompok pengarjin Batik Seraci di Desa Segarajaya Kab. Bekasi yang telah mengizinkan peneliti meneliti Rumah Produksi Batik Seraci.
8. Teman Fikom angkatan tahun 2015 khususnya anak kelas 8A1 dan LPM Pena Muda angkatan 2015 yang telah sama-sama berjuang.
9. Terimakasih buat Alex. S.Ikom, rifki hifari, Uthiana Rizki, Indriani fazriah, Shabrina yumna, Rio angga, Ipul, Aa Yusuf, Rosidah, Teh Lina, Lala, Ryan Purwoko, Nurhadi, Dwi setiawan, Eka amalia, Bunga, Siska, Nadia, Buyung, Arya, Azumar, Erin dan lain-lain yang tidak bias disebutkan satu-persatu.

Perlu disadari bahwa dengan segala keterbatasan, Skripsi ini yang peneliti bua tmasih jauh dari kata sempurna, sehingga peneliti perlumasukan dan kritik

dari rekan-rekan semua yang konstruktif sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi yang telah peneliti teliti ini.

Akhir kata semoga Skripsi peneliti dapat bermanfaat bagi peneliti dan khususnya bagi pembaca sehingga dapat menambah ilmu pengetahuanya.

Jakarta, 17 Juni 2019



Mohamad Egy Saputra



DAFTAR ISI

	Halaman
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
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.5.1 Kegunaan Teoritis	5
1.5.2 Kegunaan Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 PeenelurusanPenelitianSejenis.....	7
2.2 Kerangka konsep	9

2.2.1	Komunikasi	9
2.2.2	Komunikasi Pemasaran	10
2.2.3	Strategi	11
2.2.4	Strategi Komunikasi.....	12
2.2.5	Pemasaran.....	12
2.2.6	Bauran Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.7	Personal Selling	15
2.2.8	Batik	19
2.2.8.1	Kegunaan Batik	20
2.2.8.2	Pola Batik	21
2.3	Kerangka Model	24
2.3.1	Promosi Pemasaran	22
2.4	Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1	Metode Penelitian	27
3.3.1	Paradigma Penelitian	27
3.3.2	Pendekatan Penelitian	28
3.2	Teknik Penentuan Sampling	29
3.2.1	Informan	29
3.3	Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1	Observasi	30
3.3.2	Wawancara	31
3.3.3	Dokumentasi	32
3.3.4	Teknik analisis data.....	32
3.3.5	Teknik keabsahan data.....	33

3.4	Waktu dan tempat penelitian	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1	Hasil Penelitian.....	35
4.1.1	Gambaran Umum Rumah Produksi Batik Seraci.....	35
4.1.2	Profil Rumah Produksi Batik Seraci.....	36
4.1.3	Logo Rumah Produksi Batik Seraci.....	37
4.1.4	Visi dan Misi Rumah Produksi Batik Seraci.....	37
4.1.5	Struktur Organisasi Rumah Produksi Batik Seraci.....	38
4.1.6	Motif Batik Seraci.....	38
4.2	Penyajian Data.....	43
4.2.1	Profil Informan.....	45
4.2.2	Kegiatan Dan Pelatihan Batik Seraci.....	46
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Batik Seraci.....	2
Tabel 2.1 PenelitianTerdahulu.....	7
Tabel 3.1 Nama-NamaInforman.....	29
Tabel 4.1 Data Penjualan Batik Seraci.....	49



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pelatihan membatik.....	3
Gambar 4.1 Logo Rumah Produksi Batik Seraci.....	37
Gambar 4.2 Batik Topeng.....	39
Gambar 4.3 Batik Flora dan Fauna.....	39
Gambar 4.4 Batik Bambu.....	40
Gambar 4.5 Batik Pengantin.....	40
Gambar 4.6 Batik Bunga teratai dengan Penari.....	41
Gambar 4.7 Batik Durian.....	41
Gambar 4.8 Batik Parang Daun Gabus.....	42
Gambar 4.9 Batik Rumah Adat Betawi.....	42
Gambar 4.10 Batik Tanjidor.....	43
Gambar 4.11 Kegiatan Membuat Batik dan Produk.....	47
Gambar 4.12 Produk dari Batik Seraci.....	51
Gambar 4.13 Tempat Batik Seraci.....	53
Gambar 3.14 Pelatihan Membatik dan Pameran Batik.....	54
Gambar 3.15 Media sosial Batik Seraci.....	54

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Bagan 3.1 Triangulasi Data.....	34
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Rumah Produksi Batik Seraci.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 2 : Kartu Bimbingan 1 & 2
- Lampiran 3 : Daftar pertanyaan Informan
- Lampiran 4 : Transkip Wawancara Informan & Informan kunci 1,2,3
- Lampiran 5 : Reduksi Data Hasil wawancara Informan Kunci & Informan 1,2,3
- Lampiran 6 : Dokumentasi Peneliti

