

**STRATEGI PROMOSI CV. BATIK PUTRA LAWEYAN
MENINGKATKAN EKUITAS MEREK**
(Studi Kualitatif di Kampoeng Batik Laweyan Surakarta Tahun 2011)

Skripsi

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna mencapai gelar Sarjana S-1**



Oleh :

**MUCH EFFENDI AGUNG PRASETYO
NIM. L. 100 060 016**

**PROGDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SURAKARTA
2012**

PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI PROMOSI CV. BATIK PUTRA LAWEYAN
MENINGKATKAN EKUITAS MEREK :
(Studi Kualitatif di Kampoeng Batik Laweyan Surakarta Tahun 2011)

Yang disiapkan dan disusun oleh
MUCH EFFENDI AGUNG PRASETYO
NIM. L. 100 060 016

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 29 Februari 2012
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1

Susunan Dewan Penguji

1. Drs. Joko Sutarso, SE, M.Si (.....)
2. Dian Purworini, S.Sos, MM (.....)
3. Arief Fajar, S.IKom (.....)

Surakarta, 2012
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Dekan,

Husni Thamrin, Ph.D.

706

PERNYATAAN

Dengan ini, saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak dikemudian hari terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya diatas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta, 14 Februari 2012

Much Effendi Agung Prasetyo

L100060016

MOTTO

Bekerjalah kamu, niscaya Allah S.W.T dan Rasulnya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu.

(Qs. At-Taubah 9 : 119)

Watak itulah yang paling berharga dalam diri manusia, ia dibentuk oleh kesulitan-kesulitan bukan oleh hidup bermalas-malasan.

Ambisi adalah seperti air laut, semakin banyak orang meminumnya semakin orang haus.

(Robert Von Hartmann)

PERSEMBAHAN

KARYA INI KUPERSEMBAHKAN

UNTUK:

- **Ayah dan Bunda ku untuk segala bimbingan, kasih sayang, cinta, doa, dorongan semangat, dan kesabarannya selama ini**
- **Rekan-rekan seangkatanku dan almamaterku**

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia, nikmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : “*STRATEGI PROMOSI CV. BATIK PUTRA LAWEYAN MENINGKATKAN EKUITAS MEREK* (Studi Kualitatif Di Kampoeng Batik Laweyan Surakarta Tahun 2011) dengan baik.

Skripsi ini penulis susun dan ajukan guna memenuhi salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis ini ingin mengucapkan terima kasih kepada bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak selama penulisan skripsi ini . Semoga Allah SWT membalas segala budi baik, bantuan, dan amalan beliau-beliau :

1. Bpk. Husni Tamrin, Ph.D, selaku dekan FKI UMS.
2. Ibu Rinasari Kusuma. selaku Ketua Jurusan Komunikasi FKI UMS dan selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberikan nasehat serta bimbingan selama penulis menempuh kuliah.
3. Bpk. Drs. Joko Sutarso, SE, M.Si selaku Pembimbing I yang selalu memberikan nasehat serta bimbingan selama penulis menempuh skripsi.
4. Ibu. Dian Purworini, S.Sos, MM selaku Pembimbing II yang selalu memberikan nasehat serta bimbingan selama penulis menempuh skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi atas segala ilmu yang diberikan selama kuliah.
6. Ayah dan Bunda ku yang tulus menyayangi, merawat, dan mendoakan ananda sedari kecil, serta untuk dorongan semangat agar skripsi ini segera selesai. Kasih sayang beliau tidak tergantikan.

7. Adik-adikku tercinta Yunita Nur Rochmah dan Nur Istiqomah, terimakasih atas dorongan dan motivasinya agar penulisan skripsi ini cepat selesai.
8. Seseorang yang aku sayangi dan cintai, thanks for everything.
9. Bpk. Gunawan MN selaku pemilik CV. Batik Putra Laweyan.
10. Rumah ke 2 ku UKM Fotografi Komunikasi Informatika Club (FINIC).
11. Aditya NWR, Verry PM, Filan, sahabat seperjuangan makasih atas kebersamaan kita selama ini dan berjuang bersama mondar-mandir ke kampus. Semoga persahabatan kita selamanya.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2006 Program Studi Ilmu Komunikasi atas kebersamaan kalian selama ini.
13. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah ikut andil dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan terbuka untuk perbaikan skripsi ini kedepannya. Semoga skripsi ini berguna untuk pengembangan dan penelitian selanjutnya serta bermanfaat bagi para pembaca.

Surakarta, Februari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	18
2.1.3 Ekuitas Merek	24
2.1.4 Peran Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Ekuitas Merek	28
2.2 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Lokasi Penelitian	34
3.3 Teknik Sampling	34
3.4 Sumber Data	34

	3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
	3.6 Analisis Data.....	36
	3.7 Validitas Data	38
BAB IV	PEMBAHASAN	39
	4.1 Sejarah Umum Perusahaan	39
	4.2 Pembahasan	52
	4.2.1 Strategi CV. Putra Laweyan Solo untuk meningkatkan ekuitas merek	52
	4.2.2 Manfaat Ekuitas Merk bagi Keberlangsungan Usaha Batik CV. Putra Laweyan	87
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1. Kesimpulan	94
	5.2. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal.
1. Gambar 1.1 Grafik Prosentase Penjualan Batik CV. Putra Laweyan ..	5
2. Gambar 2.1 Pengambilan Putusan Komunikasi Pemasaran	26
3. Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	32
4. Gambar 3.1 Model Analisis Interaktif	38
5. Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Batik Putra Laweyan	44

ABSTRAK

Much. Effendi Agung Prasetyo, 2012, STRATEGI PROMOSI CV. BATIK PUTRA LAWEYAN MENINGKATKAN EKUITAS MEREK (Studi Deskriptif Kualitatif di Kampoeng Batik Laweyan Surakarta Tahun 2011), Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Produk batik beberapa dekade lalu memang banyak mengalami kendala, terutama pemasaran ke luar negeri dalam menghadapi persaingan global. Namun setelah pemerintah memperhatikan industri dalam negeri khususnya dunia tekstil dan batik sebagai salah satu andalan produk yang memiliki prospek, karena produk dengan segmen budaya dan tinggi nilai tradisionalnya yang menjadi trend dunia karena adanya isu yang hendak mengangkat nilai-nilai lokal, etnis dan seni kriya. Produk batik menjadi andalan Indonesia memasuki pasaran dunia. Hal ini didukung kebijakan pemerintah (termasuk pemerintah Kota Surakarta) untuk menggalakan produk seni lokal, kemudian batik di Laweyan mendapat prioritas menjadi andalan komoditi produk lokal untuk merambah pasar global. Kampoeng Batik Laweyan terbentuk untuk menjawab permintaan pasar nasional dan internasional. Hal tersebut menjadi faktor pendorong pengusaha-pengusaha batik di Laweyan untuk lebih eksis dalam memproduksi dan memasarkan batik, sebagaimana yang diinginkan.

Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi promosi yang dikembangkan untuk meningkatkan ekuitas merek batik CV. Putra Laweyan Solo dan Mengetahui manfaat ekuitas merek bagi keberlangsungan usaha batik CV. Putra Laweyan Solo.

Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Pengumpulan data yang dilakukan dengan studi lapangan (wawancara dan studi dokumentasi. Metode analisis data, analisis data interaktif, komponen reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan.

Strategi promosi yang dikembangkan CV. Batik Putra Laweyan Solo untuk meningkatkan ekuitas merek, diantaranya melalui menghubungkan pelanggan atau calon pelanggan dengan produk atau jasa dari suatu merek atau perusahaan adalah jalur yang potensial untuk menyampaikan pesan dimasa datang. Strategi itu antara lain: mempengaruhi perilaku, berawal dari pelanggan atau calon pelanggan, menggunakan seluruh bentuk “kontak” dan menciptakan sinergi. Kemudian berbalik kepada perusahaan untuk menentukan dan mendefinisikan bentuk dan metode yang perlu dikembangkan bagi program komunikasi yang persuasif. Manfaat ekuitas merk bagi keberlangsungan usaha CV. Batik Putra Laweyan agar menjadi lebih dikenal oleh kalangan masyarakat luas sehingga nilai penjualan Batik Putra Laweyan mengalami peningkatan.

Kata Kunci: Promosi, Ekuitas Merek, Batik Laweyan