

ABSTRAK

Sungkar, Afnan Salsabila. 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Tie Dye Dalam Meningkatkan Kecintaan Masyarakat Jember Pada Batik.*

Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Dr. Juariyah, M.Si.

KataKunci: *Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Batik Tie Dye, Masyarakat*

Skripsi ini membahas tentang penerapan sistem komunikasi pemasaran yang digunakan oleh salah satu home industry yang memproduksi Batik Tie Dye guna meningkatkan kecintaan masyarakat Jember pada batik. Penelitian ini menggunakan teori Cutlip and Center (1982) dan atas dasar bauran komunikasi pemasaran. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Home Industry Batik Tie Dye Jember merupakan objek pada penelitian ini. Sumber data diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang ditujukan kepada empat sumber informan diantaranya pemilik usaha, karyawan, konsumen dan pecinta batik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selama 11 tahun berdiri, home industry ini menekankan strategi pemasaran produk dengan slogan “*Harga Terjangkau Kualitas Terjamin*” sehingga konsumen mampu memasarkan kembali produk tersebut dengan kualitas produk yang sangat baik. Jangkauan pemasaran home industry ini berada di wilayah Karesidenan Besuki, selain itu home industry Batik Tie Dye ini juga memberikan pengalaman kepada masyarakat sekitar untuk dapat memanfaatkan peluang dalam hal pembuatan batik dan pemasaran produk Batik Tie Dye, agar tercipta masyarakat yang aktif, kreatif, inovatif, serta mencintai karya batik. Tujuan dari penelitian ini adalah meningkatkan rasa cinta masyarakat terhadap karya leluhur Bangsa Indonesia yaitu Batik.

ABSTRACT

Sungkar, Afnan Salsabila. 2022. *Marketing Communication Strategy for Tie Dye Batik in The Love of The Jember Society in Batik*. Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Muhammadiyah Jember. Supervisor: Dr. Juariyah, M.Si.

Keywords: *Communication Strategy, Marketing Communication, Batik Tie Dye, Society*

This thesis discusses the application of a marketing communication system used by a home industry that produces Batik Tie Dye in order to increase the love of the people of Jember on batik. This study uses the Cutlip and Center theory (1982) and on the basis of the communications marketing mix. This type of research is descriptive qualitative. Home Industry Batik Tie Dye Jember is the object of this study. The source of the data was obtained using purposive techniques. sampling addressed to four sources of informants including business owners, employees, consumers and batik lovers. The results of this study indicate that for 11 years of existence, this home industry has emphasized product marketing strategies with the slogan "Affordable Prices, Guaranteed Quality" so that consumers are able to re-market these products, with excellent product quality. The marketing reach of this home industry is in the Besuki Residency area, besides that the Batik Tie Dye in home industry also provides experience to the surrounding community to be able to take advantage of opportunities in terms of batik making and marketing of Batik Tie Dye products, in order to create an active, creative, innovative society, and loves batik. The purpose of this research is to increase people's love for the work of the ancestors of the Indonesian nation, namely Batik.