

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BATIK  
RENGGANIS SITUBONDO DALAM MENINGKATKAN  
CITRA USAHA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Siti Mardiyah**

**NIM. 2210521077**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**MARET 2026**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BATIK  
RENGGANIS SITUBONDO DALAM MENINGKATKAN  
CITRA USAHA**

**SKRIPSI**



Diajukan untuk melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember

**Oleh:**

**Siti Mardiyah**

**NIM. 2210521077**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**MARET 2026**

## PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan. Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh cinta, rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, yang telah memberikan ridho, petunjuk dan kemudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing saya, Bapak Ir. H. Mohammad Thamrin M.Si, yang telah membimbing, mengarahkan, dan meluangkan waktunya untuk menulis Tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
3. Terimakasih kepada seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi saya banyak ilmu dan wawasan hingga bisa berada di titik ini.
4. Almamater Kampus Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Terimakasih kepada keluarga saya tercinta yang selalu percaya dan sangat mengusahakan supaya saya bisa mendapatkan pendidikan yang layak.
6. Terimakasih kepada teman lama saya, Fani, terimakasih telah menemani dan membantu saya hingga saat ini.
7. Terimakasih kepada teman seperjuangan saya, Dea, yang selalu meluangkan waktunya dan membantu saya dalam keadaan apapun.
8. Seseorang dengan NIM. 2210511026 yang tidak bisa saya sebutkan namanya yang telah membantu saya memahami perihal skripsi dan selalu membantu saya dengan tulus.
9. Kepada diri saya sendiri, terimakasih telah berjuang sejauh ini, banyak hal yang sudah dilalui hingga bisa mencapai titik ini.

## MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah itu benar”

(Q.S Ar-Rum: 60)

“Tujuan pendidikan itu untuk mempertajam kecerdasan, memperkuat kemauan  
serta memperhalus perasaan”

(Tan Malaka)



## PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Mardiyah

Nim : 2210521077

Porgram Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan mengambil-alihan, tulisan ataupun pemikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan saya atau tulisan saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat di buktikan skripsi ini hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya

Jember, 11 Maret 2026

Yang membuat pernyataan



Siti Mardiyah

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BATIK  
RENGGANIS SITUBONDO DALAM MENINGKATKAN CITRA USAHA

Oleh:

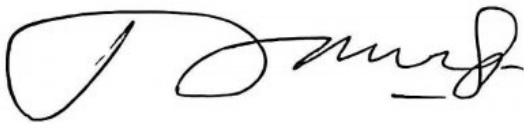
Siti Mardiyah

NIM. 2110521079

Telah di periksa dan di setujui untuk di uji oleh Tim Penguji

Jember, 11 Maret 2026

Dosen Pembimbing



Ir. H. Mohammad Thamrin, M.Si

NIDN. 0028086120

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Siti Mardiyah, NIM. 2210521077 ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember:

Hari : Rabu

Tanggal : 11 Maret 2026

Tempat : Lantai 2 Gedung B Ruang PR Ilmu Komuniaksi UM Jember

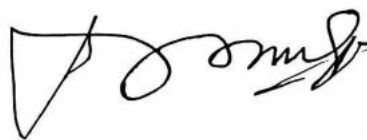
Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,



Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom  
NIDN. 0701047701



Ir. H. Mohammad Thamrin, M.Si.  
NIDN. 0028086120

Anggota,



Ageng Soeharno, S.S., M.Pd.  
NIDN. 0704037302

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poltik  
Universitas Muhammadiyah Jember



Dr. Sudahri, S.Sos.M.Ikom  
NIDN. 0704067901

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Mardiyah

NIM : 2210521077

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas : Muhammadiyah Jember


Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BATIK RENGGANIS SITUBONDO  
DALAM MENINGKATKAN CITRA USAHA.** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik atas Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Jember

Pada tanggal : 11 Maret 2026

Yang Menyatakan,

  
Siti Mardiyah

NIM. 2210521077

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji dan syukur kepada Allah SWT yang sentiasa memberikan kelimpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis serta memberikan kesehatan, kesempatan, kemudahan, dan melampangkan pemikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Rengganis Situbondo dalam Meningkatkan Citra Usaha. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa hasil pengerjaan skripsi ini tidak sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi substansi dan penulisannya. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat selesai tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak baik dalam bentuk ide semangat, doa, maupun materi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih:

1. Bapak Dr. Sudahri, S.Sos.M.Ikom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Kukuh Pribadi, S.I.Kom., M.A, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember..
3. Bapak Ir. H. Mohammad Thamrin, M.Si, selaku dosen pembimbing, yang mau membimbing mulai dari awal hingga selesainya skripsi ini.
4. Segenap Bapak / Ibu Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember atas semua ilmu dan pengalaman yang diberikan serta senantiasa membantu saya dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Kedua orang tua saya dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan berupa doa, waktu dan material setiap saat.

Semoga segala bentuk kebaikan dan pertolongan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat dijadikan bahan referensi demi pengembangan yang selanjutnya.

Jember, 11 Maret 2026



Siti Mardiyah

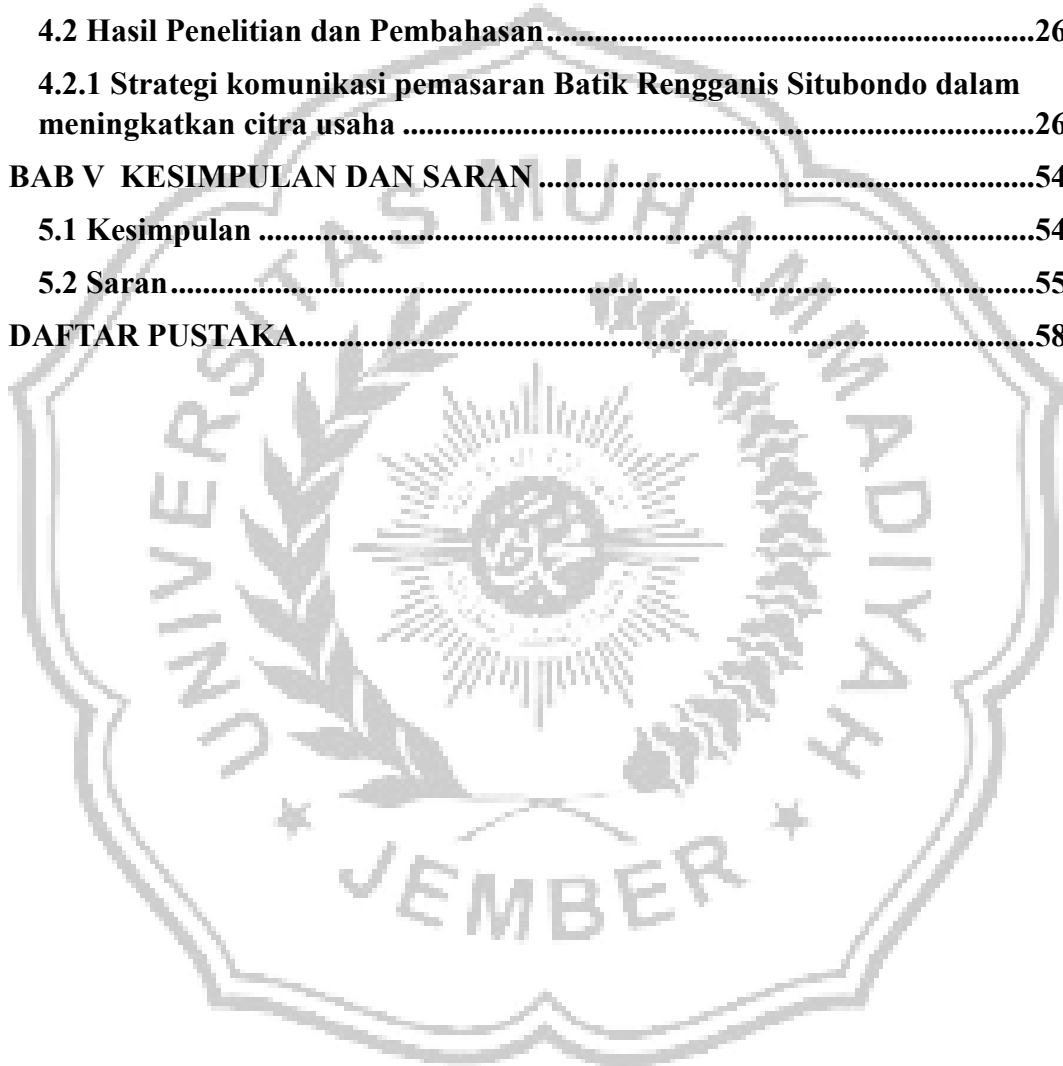
NIM. 2210521077



## DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN.....	i
MOTTO .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Teori Integrated Marketing Communication (IMC).....	10
2.2.2 Teori Hambatan Komunikasi .....	12
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	13
2.2.4 Efektivitas Usaha .....	14
2.3 Kerangka Pemikiran .....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Jenis Penelitian .....	18
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	18
3.3 Sumber Data .....	18
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	19

3.4.1 Wawancara .....	19
3.4.2 Observasi .....	19
3.4.3 Dokumentasi.....	20
3.5 Teknik Penarikan Sumber Data.....	20
3.6 Teknik Analisis Data.....	22
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>24</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	24
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	26
4.2.1 Strategi komunikasi pemasaran Batik Rengganis Situbondo dalam meningkatkan citra usaha .....	26
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Saran.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Maps Batik Rengganis Situbondo .....25



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1

Kerangka Pemikiran.....16

