

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PAGUYUBAN PERAJIN DAN
PENGUSAHA BATIK CIREBON (P3BC) DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KEBERMANFAATAN PENERAPAN KOMUNIKASI
PEMASARAN TERHADAP PERAJIN DAN PENGUSAHA BATIK
DI DESA TRUSMI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana pada
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

MUHAMMAD RIDWAN AKBAR

NIM. 1808302085

**KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON**

2022 M / 1443 H

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PAGUYUBAN PERAJIN DAN
PENGUSAHA BATIK CIREBON (P3BC) DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KEBERMANFAATAN PENERAPAN KOMUNIKASI
PEMASARAN TERHADAP PERAJIN DAN PENGUSAHA BATIK
DI DESA TRUSMI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Sebagai Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

MUHAMMAD RIDWAN AKBAR

NIM. 1808302085

**IAIN
SYEKH NURJATI
CIREBON**

**KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SYEKH NURJATI CIREBON
2022 M / 1443 H**

ABSTRAK

“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PAGUYUBAN PERAJIN DAN PENGUSAHA BATIK CIREBON (P3BC) DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEBERMANFAATAN PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP PERAJIN DAN PENGUSAHA BATIK DI DESA TRUSMI.”

MUHAMMAD RIDWAN AKBAR
1808302085

Salah satu warisan budaya turun temurun nenek moyang bangsa Indonesia yang wajib dilestarikan keberadaan dan keberagamannya adalah batik. Kesejahteraan para perajin batik, menjadi hal yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Karena mereka merupakan pemegang tongkat estafet warisan budaya yang harus disejahterakan baik itu secara materiil maupun sosial. Terdapat penghubung atau yang menjembatani antara perajin dan pengusaha batik di Cirebon yaitu Paguyuban perajin dan pengusaha batik Cirebon (P3BC).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian ini antara lain: (1) Bagaimana strategi komunikasi paguyuban perajin dan pengusaha batik Cirebon dalam upaya melakukan penerapan untuk meningkatkan kebermanfaatan komunikasi pemasaran terhadap para perajin dan pengusaha di Trusmi? (2) Bagaimana upaya yang dilakukan P3BC dalam membantu para pengusaha dan perajin batik untuk membuka peluang usaha dan menjadikan batik Cirebon menjadi lebih dikenal? (3) Bagaimana kebermanfaatan strategi-strategi komunikasi yang digunakan oleh P3BC terhadap para perajin dan pengusaha?

tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan paguyuban pengusaha dan perajin batik Cirebon dalam upaya melakukan penerapan untuk meningkatkan kebermanfaatan komunikasi pemasaran terhadap perajin dan pengusaha di Trusmi (2) Untuk mengetahui upaya yang dilakukan P3BC dalam membantu pengusaha dan perajin batik dalam membuka peluang usaha dan menjadikan batik Cirebon menjadi lebih dikenal dengan strategi komunikasi yang digunakan. (3) Untuk mengetahui kebermanfaatan strategi-strategi komunikasi yang digunakan oleh P3BC terhadap para perajin dan pengusaha.

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, sumber data yang digunakan primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, dokumentasi, wawancara Dengan teknik analisis data menggunakan studi kasus Cresswell.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) strategi komunikasi paguyuban pengusaha dan perajin batik Cirebon dalam upaya meningkatkan kebermanfaatan komunikasi pemasaran terhadap perajin dan pengusaha di Trusmi meliputi (a) Perencanaan metode (b) Mengorganisasikan (c) Meningkatkan penyampaian informasi (d) pencegahan. (2) upaya yang dilakukan P3BC dalam membantu pengusaha dan perajin batik dalam membuka peluang usaha dan menjadikan batik Cirebon menjadi lebih dikenal (a) bertukar ide (b) menciptakan inovasi (c) membangun relasi (d) meregenerasi. (3) kebermanfaatan strategi-strategi komunikasi yang digunakan oleh P3BC terhadap para perajin dan pengusaha ,meliputi (a) hubungan terjalin baik (b) mengembangkan skill anggota paguyuban (c) membuka lapangan pekerjaan

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Batik*

ABSTRACT

"MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF PAGUYUBAN PERAJIN DAN PENGUSAHA BATIK CIREBON (P3BC) IN AN EFFORT TO INCREASE THE USEFULNESS OF IMPLEMENTING MARKETING COMMUNICATION TO BATIK CRAWINGS AND ENTREPRENEURS IN TRUSMI VILLAGE."

MUHAMMAD RIDWAN AKBAR
1808302085

One of the cultural heritages passed down from the ancestors of the Indonesian nation that must be preserved and its diversity is batik. The welfare of batik artisans is something that cannot be underestimated. Because they are the holders of the baton of cultural heritage that must be prospered both materially and socially. There is a liaison or bridge between batik craftsmen and entrepreneurs in Cirebon, namely the Cirebon Batik Crafts and Entrepreneurs Association (P3BC).

Based on this background, the research questions include: (1) What is the communication strategy of the Cirebon batik artisans and entrepreneurs community in an effort to implement it to increase the usefulness of marketing communications to the craftsmen and entrepreneurs in Trusmi? (2) What are the efforts made by P3BC in helping entrepreneurs and batik craftsmen to open up business opportunities and make Cirebon batik more well known? (3) How useful are the communication strategies used by P3BC for craftsmen and entrepreneurs?

The objectives of this research are (1) to find out the communication strategy used by the Cirebon batik entrepreneurs and craftsmen association in an effort to implement to increase the usefulness of marketing communication to craftsmen and entrepreneurs in Trusmi (2) To find out the efforts made by P3BC in helping batik entrepreneurs and craftsmen in opening business opportunities and making Cirebon batik better known by the communication strategy used. (3) To find out the usefulness of the communication strategies used by P3BC to the craftsmen and entrepreneurs.

This study uses a qualitative descriptive methodology with a case study approach, the data sources used are primary and secondary. Data collection techniques in data research used in this study were observation, documentation, interviews. With data analysis techniques using the Cresswell case study.







The results of this study indicate that (1) the communication strategy of the Cirebon batik entrepreneurs and craftsmen association in an effort to increase the usefulness of marketing communications to craftsmen and entrepreneurs in Trusmi includes (a) Method planning (b) Organizing (c) Improving the delivery of information (d) prevention. (2) the efforts made by P3BC in assisting entrepreneurs and batik craftsmen in opening up business opportunities and making Cirebon batik better known (a) exchanging ideas (b) creating innovation (c) building relationships (d) regenerating. (3) the usefulness of the communication strategies used by P3BC for craftsmen and entrepreneurs, including (a) good relations (b) developing the skills of community members (c) creating job opportunities

Keywords: *Communication Strategy, Marketing Communication, Batik*

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: "Strategi Komunikasi Pemasaran Paguyuban Perajin Dan Pengusaha Batik Cirebon (P3BC) Dalam Upaya Meningkatkan Kebermanfaatan Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perajin dan Pengusaha Batik di Desa Trusmi". Oleh Muhammad Ridwan Akbar NIM. 1808202085, telah dimunaqosahkan pada tanggal 18 Agustus 2022

Skripsi ini telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Panitia Munaqosah	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan H. Aan Mohamad Burhanudin, MA NIP. 19740508 200901 1 012	24 Ags 2022	
Sekretaris Jurusan Asriyanti Rosmalina, M.Ag NIP. 19760331 200710 2 004	24 Agustus 2022	
Penguji I Dr. Hj. Yayah Nurhidayah, M.Si NIP.19620402 198803 2 001	22-08-2022	
Penguji II H. Syaeful Badar, MA NIP.19680922 201411 1 001	23 Ags 2022	
Pembimbing I Dr. Arief Rachman, M. Si NIP. 19690927 200003 1 003	23 Ags 2022	
Pembimbing II Dr. Hj. Sri Rokhlinasari, M.Si NIP. 19730806 199903 2 003	24 Ags 2022	



Mengetahui.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam

Dr. Hajam, M.Ag

NIP. 19670721 200312 1 002

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PAGUYUBAN PERAJIN DAN
PENGUSAHA BATIK CIREBON (P3BC) DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KEBERMANFAATAN PENERAPAN KOMUNIKASI
PEMASARAN TERHADAP PENGRAJIN DAN PENGUSAHA BATIK DI
DESA TRUSMI

Oleh:
MUHAMMAD RIDWAN AKBAR
NIM. 1808202085

Menyetujui:

Pembimbing I

Dr. Ariel Rachman, M. Si
NIP. 196909272000031005

Pembimbing II

Dr. Hj. Sri Rokhinasari, M.Si
NIP. 197308061999032003

Mengetahui:

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

H. Aan Mohammad Burhanudin, MA
NIP. 19780508 200901 1 012

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Setelah melakukan bimbingan, telah dan koreksi terhadap penulisan skripsi ini dari saudara:

Nama : Muhammad Ridwan Akbar

NIM : 1808202085

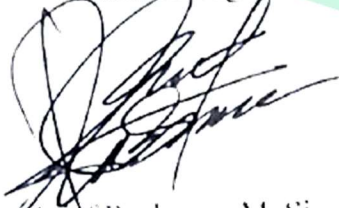
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Paguyuban Perajin dan Pengusaha Batik Cirebon (P3BC) Dalam Upaya Meningkatkan Kebermanfaatan Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Pengrajin dan Pengusaha Batik di Desa Trusmi

Kami berharap bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Cirebon, 7 Juli 2022

Pembimbing 1



Dr. Arief Rachman, M. Si
NIP. 196909272000031003

Pembimbing 2



Dr. Hj. Sri Rokhmahsari, M.Si
NIP. 197308061999032003

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ridwan Akbar

NIM : 1808202085

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Paguyuban Perajin dan Pengusaha Batik Cirebon (P3BC) Dalam Upaya Meningkatkan Kebermanfaatan Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Pengrajin dan Pengusaha Batik di Desa Trusmi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya penulisan yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Semua sumber yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan sesuai ketentuan atau pedoman karya tulis ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini sebagian maupun seluruh isinya merupakan karya plagiat, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 7 Juli 2022



MELEKAT
TEMPEL
AF7AJX1757.4082

Muhammad Ridwan Akbar

NIM. 1808202085

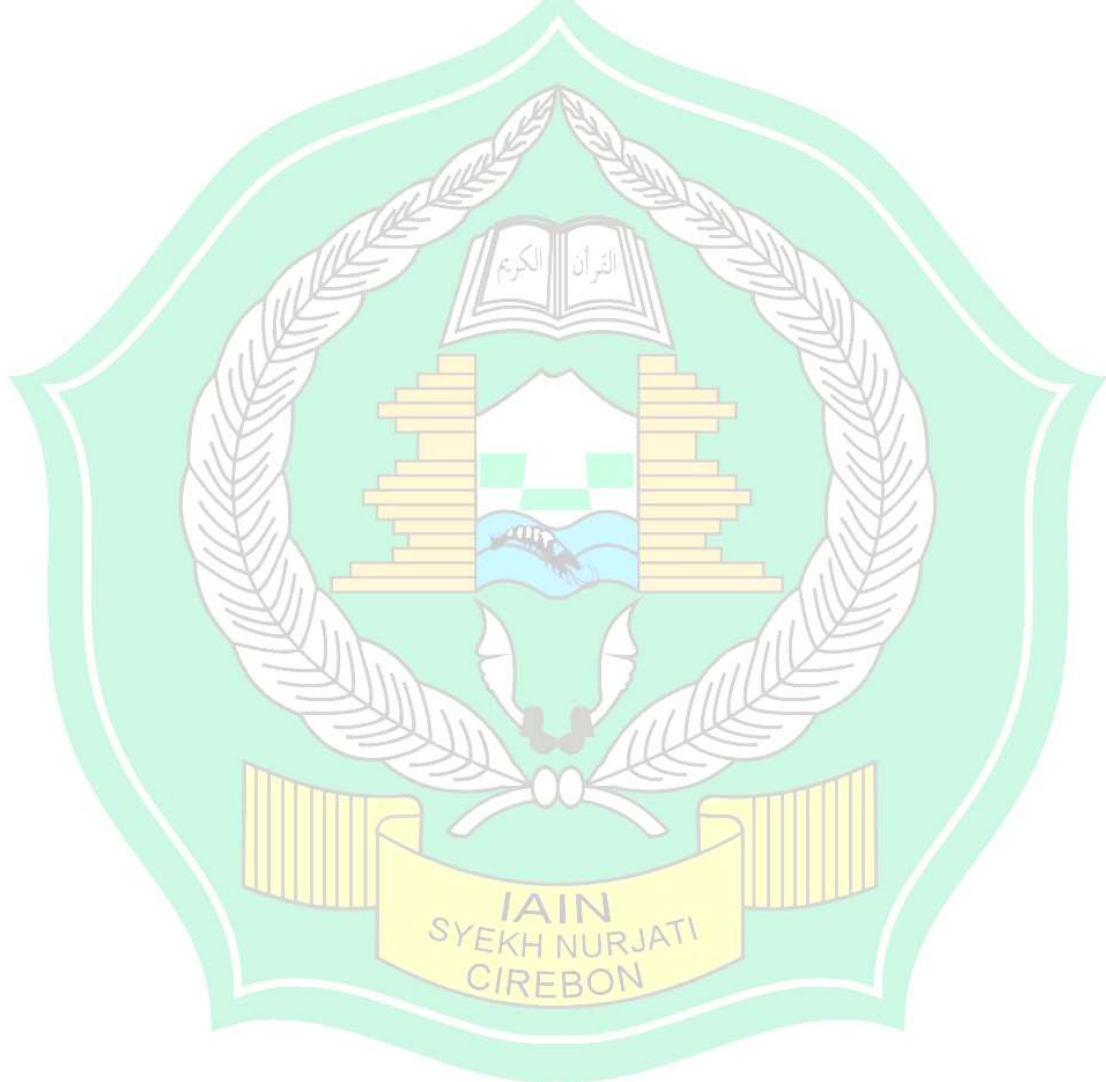
PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah, peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala Rahmat, Hidayah, Inayah dan Karunia-Nya kepada peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Allah SWT atas berkat rahmat dan karunianya yang telah memberikan jalan dan kemudahan untuk menyusun skripsi ini.
2. Kedua orang tua yang amat saya sayangi, cintai dan yang sangat saya hormati, Bapak Tukiman dan Ibu Sri Ratna Prihatin. Terima kasih banyak atas segala kasih sayang, lelah, do'a, semangat, sandaran, dukungan dan harapan, yang telah diberikan selama 21 tahun saya menjalani kehidupan. Untuk semua asuhan dan teladan-teladan yang telah membentuk pribadi seperti sekarang ini. Rasa bangga yang tak bisa terucap saya berikan kepada kedua orang tua saya. Terimakasih yang tak terhingga untukmu dari anak semata wayangmu, Ayah dan ibu.
3. Terima kasih juga yang tak terhingga kepada seluruh dosen Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam beserta staf, terima kasih kepada Bpk. Dr. Arief Rachman, M. Si selaku pembimbing I, dan Dr. Hj. Sri Rokhlinasari, M.Si selaku pembimbing II. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam H. Aan Mohamad Burhanudin, MA, sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Ibu Asriyanti Rosmalina, M. Ag serta Ibu Ike selaku staf jurusan KPI.
4. Teman-teman seperjuangan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2018, terutama kepada partner saya Eka Fadilla yang sangat berperan penting membantu, memberi semangat, memotivasi, dan menemani semenjak masih menjadi mahasiswa baru hingga pembuatan skripsi ini dengan ikhlas agar skripsi ini selesai tepat waktu.
5. Kepada rekan-rekan sepergibahan saya Abid, Ali, Asep, Akmal, Aep, Fikri, Bayu, Galih, Hamdan, Zulkifli dan Rezza, yang telah membantu jguga

mensupport secara mental hingga mengerjakan skripsi ini terasa menyenangkan seperti tanpa beban.

6. Kepada rekan-rekan Diksar KPI V khususnya KPI C angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih banyak, dan sukses selalu untuk kalian dimana pun kalian berada kelak.



RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Muhammad Ridwan Akbar, lahir di Cirebon pada tanggal 26 Desember 2000. Anak Tunggal dari pasangan Bpk. Tukiman dan Ibu Sri Ratna Prihatin Berdomisili di Kabupaten Cirebon tepatnya di Desa Kaliwulu Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon.

Adapun riwayat pendidikan yang pernah penulis tempuh adalah sebagai berikut:

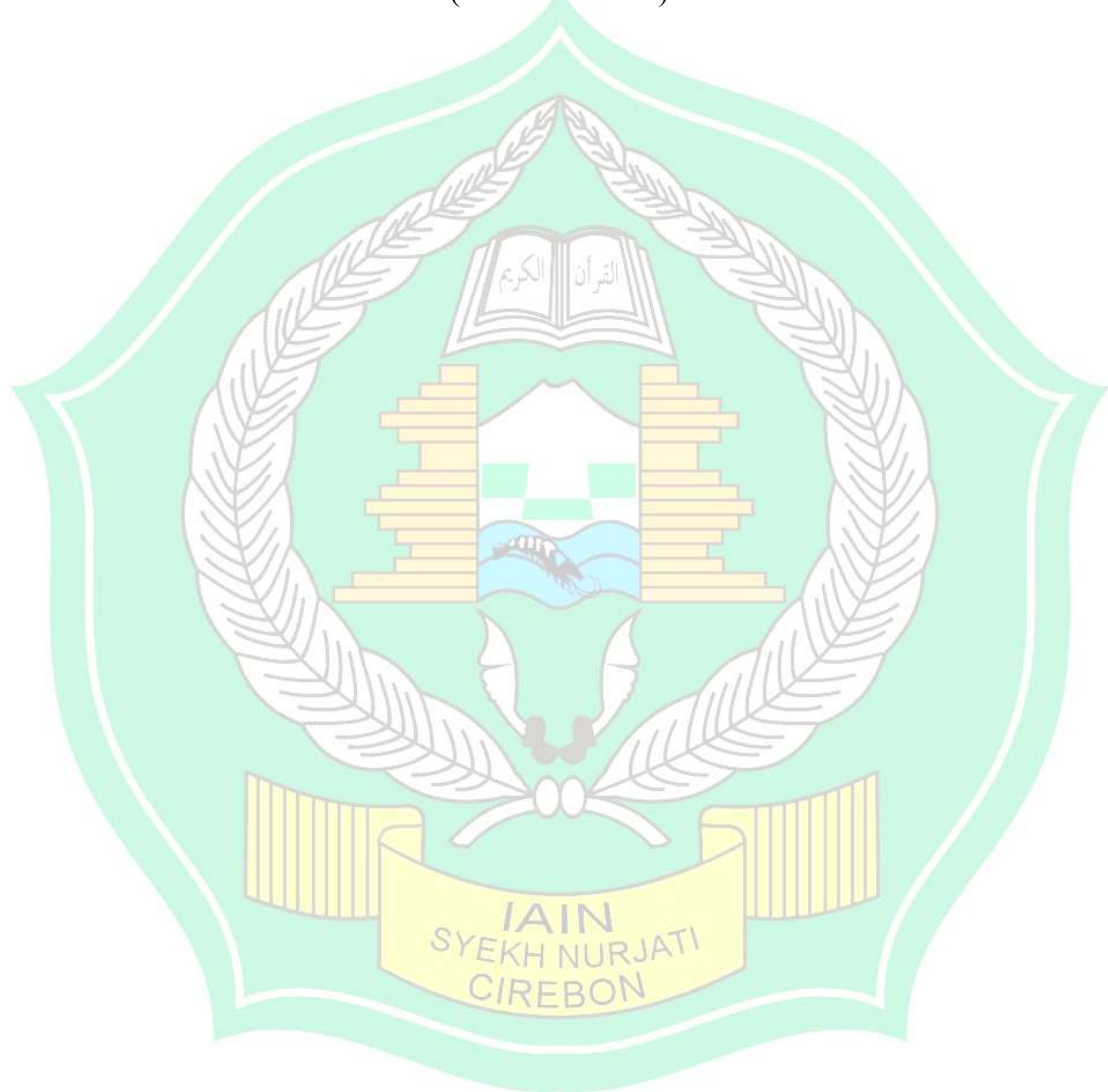
1. SDN 2 Kaliwulu
2. MTsN 1 Kota Cirebon
3. MAN 1 Kota Cirebon
4. IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



MOTTO

“Lebih baik diasingkan daripada menyerah terhadap kemunafikan”

(SOE HOK GIE)



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Paguyuban Perajin dan Pengusaha Batik Cirebon (P3BC) Dalam Upaya Meningkatkan Kebermanfaatan Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Pengrajin dan Pengusaha Batik di Desa Trusmi”.Berkat pertolongan dan nikmat yang diberikan oleh Allah SWT. peneliti dapat melewati rintangan dan tantangan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Shalawat dan salam semoga selalu tercurah limpahkan pada junjungan kita, yaitu Nabi Muhammad SAW. beserta keluarganya, sahabat-sahabatnya dan semoga sampai kepada kita selaku umatnya. Aamiin.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk teman-teman di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang sangat membantu peneliti hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M. Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Hajam, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak H. Aan Mohamad Burhanudin, MA, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Ibu Asriyanti Rosmalina, M. Ag, selaku Sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
5. Bapak Dr. Arief Rachman, M. Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I.

6. Ibu Dr. Hj. Sri Rokhlinasari, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II.
7. Orang tua saya, Bapak Tukiman dan Ibu Sri Ratna Prihatin
8. Rekan-rekan seperjuangan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun 2018, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang sudah terlibat dan memberikan dukungan, semoga Allah SWT. senantiasa membalas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti.

Peneliti berharap kepada siapapun yang membaca skripsi ini semoga dapat mengambil ilmu yang ada di dalamnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan, Aamiin.

Cirebon, 7 Juli 2022

Peneliti



DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
NOTA DINAS	vi
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	xi
KATA PENGANTAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Fokus Penelitian.....	4
D. Pertanyaan Penelitian.....	4
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat Penelitian.....	5
1. Manfaat Teoritis.....	5
2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Strategi Komunikasi.....	7
2. Komunikasi Pemasaran.....	9
3. Manajemen.....	16

B. Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODOLOGI DAN DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Pendekatan Penelitian.....	22
C. Sumber Data.....	24
D. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	24
E. Teknik Penentuan Informan.....	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	27
G. Teknik Analisis Data.....	27
H. Deskripsi Objek Penelitian.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	34
A. Hasil Penelitian.....	34
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Implikasi.....	64
C. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	

