

ABSTRACT

The purpose of the study is to determine marketing communication conducted by Paint Shoes Creative Home Industry, Bangkalan. The method applied is qualitative by implementing deep interview and documentation to strengthen the study and also *snowballing sampling* and observation.

Result of study is analyzing marketing communication in marketing mix conducted by the Paint Shoes Creative Home Industry, Bangkalan. By using domain analysis, researcher analysis the description of research object by describing the marketing communication using 4P marketing communication strategy and marketing mix; *product*, *price*, *place*, and *promotion*. First marketing mix communication conducted by the paint shoes creative home industry is selecting the type, design and the manufacture of the shoe itself. Secondly, pricing the paint shoes price depend on the complexity design. Third, distributing products from producers to consumers and steps of producers to distributors exist in certain regions or have become fix consumers. Fourth, advertising products on banner, any social media, selling promotion by giving discount and exhibition, training in some schools, and direct selling to consumers by spreading name card. These have purpose to distribute information to consumers about paint shoes creative home industry in Bangkalan.

Keywords: Marketing communication, Marketing mix, Bangkalan Paint Shoes Creative Home Industry.

SRI WAHYUNINGSIH. NIM: 100531100099, KOMUNIKASI PEMASARAN RUMAH INDUSTRI KREATIF SEPATU LUKIS BANGKALAN. Dibawah Dosen Pembimbing I Dinara Maya Julijanti, S.Sos. M.Si dan Pembimbing II Surokim, S.Sos, Msi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Industri Kreatif Sepatu Lukis Bangkalan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan wawancara mendalam dan dokumentasi sebagai penguat penelitian, dan menggunakan *snowballing sampling* dan observasi.

Hasil dari penelitian ini adalah menganalisis komunikasi pemasaran dalam bauran pemasaran yang digunakan oleh rumah industri kreatif sepatu lukis Bangkalan tersebut. Dengan menggunakan analisis domain, peneliti menganalisis gambaran-gambaran pada objek penelitian dengan memaparkan komunikasi pemasaran menggunakan strategi komunikasi pemasaran dan bauran pemasaran 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Dengan komunikasi bauran pemasaran tersebut yang pertama adalah tentang komunikasi melalui produk rumah industri kreatif sepatu lukis Bangkalan dapat dilakukan dengan proses produksi sepatu lukis miliknya melalui pemilihan tipe sepatu, desain sepatu, dan pembuatan sepatu lukisnya. Kedua, komunikasi melalui penetapan harga sepatu lukis dengan dasar kerumitan desain yang dipilih. Ketiga, komunikasi melalui rumah industri kreatif sepatu lukis Bangkalan dengan pendistribusian dari produsen ke konsumen, serta dari tahap produsen ke agen yang sudah ada di daerah-daerah tertentu yang sudah menjadi pelanggan tetap sampai dilanjutkan ke konsumen. Keempat, komunikasi melalui promosi dengan periklanan banner, berbagai media sosial, promosi penjualan dengan potongan harga dan pameran, pelatihan di tiap sekolah di kabupaten Bangkalan, penjualan tatap muka yang digunakan secara terjun langsung terhadap konsumen dengan membagikan kartu nama, hal ini bertujuan agar konsumen bisa mengetahui informasi tentang produk rumah industri kreatif sepatu lukis Bangkalan.

Kata kunci: Komunikasi pemasaran, bauran pemasaran, Rumah industry kreatif Sepatu Lukis Bangkalan