

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Biodata Diri:

Nama : Puguh Kurniawan
Tempat tanggal lahir : Pati, 28 Maret 1997
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Status : Mahasiswa
Hobbi : Travelling
Motto hidup : Dream, Believe and Make It Happen
Fakultas/jurusan : Ekonomi/Manajemen
No Hp : 085257107502
Email : puguhkurniawan74@gmail.com

Pendidikan:

SD : SD Negeri 1 Luwang
SMP : SMP Negeri 2 Tayu
SMA : SMK Muhammadiyah 2 Tayu
S-1 : Universitas Trunojoyo Madura

MOTTO

DREAM, BELIEVE AND MAKE IT HAPPEN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan kepada :

Ayah, ibu dan saudara dirumah yang memberikan dukungan doa, waktu, materi
yang tidak ada henti-hentinya.

Kemudian tesis ini saya persembahkan juga kepada semua orang selalu
mendampingi saya dari proses pembuatan tesis hingga tahap akhir

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah Wa Syukurillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-nya penyusunan tesis yang berjudul **“MODEL STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MENGGUNAKAN INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN BATIK BAKARAN PATI JAWA TENGAH”** ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

Perjalanan panjang dan berbagai kendala telah penulis lalui dalam rangka untuk menyelesaikan penulisan tesis ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada Bapak Dr. H. Muh. Syarif, Drs. Ec. M.Si selaku Rektor Universitas Trunojoyo Madura.
2. Kepada Bapak Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
3. Kepada Ibu Dr. Ir. Nurita Andriani, M.M selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

4. Bapak Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan kepada Ibu Dr. Ir. Nurita Andriani, M.M selaku Dosen Pembimbing II patutlah kiranya saya berterima kasih dan tiada kata lain selain berterima kasih karena bantuan baik secara moral maupun materi, dengan segala kesibukan masing-masing baik dalam pekerjaan maupun pendidikan, namun masih bersedia untuk membimbing dan menuntun penulis dalam penyusunan tesis agar berjalan dengan tepat waktu
5. Kepada kedua orang tua, Bapak Sukur dan Ibu Tri Handayani Sulis Tyaningrum tercinta yang senantiasa memberikan wejangan, doa dan dukungan kepada penulis, sehingga tanpa bantuan beliau penulis tidaklah bisa menjadi pelajar yang terdidik dengan baik.
6. Kepada teman seperjuangan Ade, Una, Gayuh, Tuta dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan tesis ini.

Akhir kata, penulis mengharapkan tesis ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membutuhkan dan semoga Allah SWT memberikan perlindungan kepada kita semua.

8 Juli 2021

Puguh Kurniawan

ABSTRACT

Puguh Kurniawan, Marketing Communication Strategy Model Using Instagram To Increase Sales Of Batik Bakaran Pati Central Java. Under of dedicate from Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si and Dr. Ir. Nurita Andriani, M.M.

The purpose of this study are First, to explain and describe how to increase sales with marketing communications using instagram. Second, to explain and describe how marketing communication model can increase sales.

This research use of descriptive qualitative method. The data is analyzed with interviews and informants in Batik From Bakaran Pati Central Java. The sources of data in this study are using the primary data. The technique of determining informants uses snowball sampling. Subjects in this study there are eight research subjects, one of them are eight as research subjects also informant. Technique of collectin data in this study using the interview, observation and documentation. Mechanical of validity of the data in this study using observations diligence and check recheck. Techniques of analysis data in this study using data reduction, data presentation and conclusion.

The results of this study indicate that marketing communication through instagram to increase sales of Batik Bakaran Pati Central Java by utilizing Instagram features such as hashtag, geotag, follow, share, like, comment, metion. With promotional activities through instagram as a marketing communication model that can be accessed via the internet at any time, either through computers or mobile phones. So that it can increase sales of Batik Bakaran Pati, Central Java. With SWOT analysis can increase sales of Batik Bakaran Pati, Central Java. SWOT analysis helps sellers to find out the strengths, weaknesses, opportunities and threats that their business has. It is used to develop the right marketing communication strategy model in an effort to increase sales. The marketing communication strategy model used by utilizing instagram as a means of promotion by implementing the promotional mix. The strategies implemented are quality improvement, product development, and expanding product network.

Keywords: Instagram, Marketing Communication Strategy Model.

ABSTRAK

Puguh Kurniawan, Model Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Batik Bakaran Pati Jawa Tengah. Di bawah bimbingan Bapak Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si dan Ibu Dr. Ir. Nurita Andriani, M.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin menjelaskan dan menggambarkan bagaimana komunikasi pemasaran melalui instagram dapat meningkatkan penjualan. Dan bagaimana model komunikasi pemasaran yang baik untuk meningkatkan penjualan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yang dianalisis melalui hasil wawancara terhadap informan pada Batik Bakaran Pati Jawa Tengah. Teknik penentuan informan dengan menggunakan *snowball sampling*. Subjek dalam penelitian ini berjumlah delapan orang yang kemudian dijadikan sebagai informan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan ketekunan pengamatan dan *member check*, sedangkan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran melalui instagram untuk meningkatkan penjualan Batik Bakaran Pati Jawa Tengah dengan memanfaatkan fitur-fitur instagram seperti *hashtag*, *geotag*, *follow*, *share*, *like*, *comment*, *metion*. Dengan adanya kegiatan promosi melalui instagram sebagai model komunikasi pemasaran yang dapat diakses melalui jaringan internet setiap saat, baik melalui komputer maupun *handphone*. Sehingga dapat meningkatkan penjualan Batik Bakaran Pati Jawa Tengah. Dengan analisis SWOT dapat meningkatkan penjualan Batik Bakaran Pati Jawa Tengah. Analisis SWOT membantu penjual untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki usahanya. Hal itu digunakan untuk menyusun model strategi komunikasi pemasaran yang tepat dalam upaya meningkatkan penjualan. Model strategi komunikasi pemasaran yang digunakan dengan memanfaatkan instagram sebagai sarana promosi dengan mengimplementasikan bauran promosi. Strategi yang diterapkan adalah peningkatan kualitas, pengembangan produk, dan memperluas jaringan produk.

Kata Kunci : Instagram, Model Strategi Komunikasi Pemasaran.

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	Err
 or! Bookmark not defined.	
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	Err
 or! Bookmark not defined.	
1.1 Latar Belakang	Err
or! Bookmark not defined.	
1.2 Rumusan Masalah	Err
or! Bookmark not defined.	
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	Err
or! Bookmark not defined.	

BAB II TINJAUAN TEORI.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	Erro
r! Bookmark not defined.	
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	Erro
r! Bookmark not defined.	
2.1.4 <i>Promotion Mix</i>	Erro
r! Bookmark not defined.	
2.1.5 Instagram	21
2.1.6 Volume Penjualan	Erro
r! Bookmark not defined.	
2.2 Penelitian Terdahulu	Err
or! Bookmark not defined.	
2.3 Kerangka Berfikir	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Instrumen Penelitian	Err
or! Bookmark not defined.	
3.3 Definisi Operasional Variabel	Err
or! Bookmark not defined.	
3.4 Sumber Data	Err
or! Bookmark not defined.	
3.5 Teknik Penentuan Informan	Err
or! Bookmark not defined.	

3.6 Subjek Penelitian	Err
or! Bookmark not defined.	
3.7 Unit Observasi	Err
or! Bookmark not defined.	
3.8 Unit Analisis.....	53
3.9 Teknik Pengumpulan Data	54
3.10 Teknik Keabsahan Data.....	57
3.11 Teknik Analisis Data	Err
or! Bookmark not defined.	
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
	Err
or! Bookmark not defined.	
4.1 Gambaran Umum	Err
or! Bookmark not defined.	
4.1.1 Batik Tulis Bakaran Juwana Pati	Err
or! Bookmark not defined.	
4.2 Keabsahan Data	63
4.2.1 Observasi	63
4.2.2 Wawancara.....	64
4.2.3 Dokumentasi	64
4.3 Hasil Penelitian.....	65
4.4 Pembahasan	102
4.5 Keterbatasan Penelitian	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	
	Err
or! Bookmark not defined.	
5.1 Kesimpulan	Err
or! Bookmark not defined.	

5.2 Saran	
.....	Err
or! Bookmark not defined.	
DAFTAR PUSTAKA.....	
	Err
or! Bookmark not defined.	
LAMPIRAN.....	Error!
Bookmark not defined.	

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel	50
--	-----------

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	44
Gambar 4.1 Motif Batik Bakaran.....	60
Gambar 4.2 Model Komunikasi Pemasaran	109
Gambar 4.3 Model Komunikasi Pemasaran Iklan	111
Gambar 4.4 Model Komunikasi Pemasaran Personal Selling	112
Gambar 4.5 Model Komunikasi Pemasaran Promosi Penjualan	113
Gambar 4.6 Model Komunikasi Pemasaran Publisitas.....	115
Gambar 4.7 Model Komunikasi Pemasaran Direct Marketing.....	116
Gambar 4.8 Model Komunikasi Pemasaran Batik Bakaran Pati Jawa Tengah	117

