

ABSTRACT

Lely Moliyana Kustanti, NIM.10.05.3.1.1.000.46. Integrated Marketing Communications (IMC) Custom Batik In Maintaining Batik Madura (Studies in UD "Mutiara Batik" Sub Proppo Pamekasan)

The research was conducted UD “MUTIARA BATIK” of H. Abdus Salam. And aims to know the how communication retain batik artisans in Madura batik motifs. Thesis research location in the village of Klampar Sub Proppo, Pamekasan. The method used in this research is descriptive qualitative, the subject of this study is Business Owners UD "MUTIARA BATIK", by sampling using purposive sampling method and the method of data collection by interview, while to check the correctness of data that has been obtained to use the method triangulasi. subsequent researchers conducted interviews with informants directly, then informant chosen in this study is the batik business owners and some workers as batik craftsmen. From the results of this study indicate that the UD Business "PEARL BATIK" belongs to H. Abdus Salam, in maintaining motif generated by the selection of raw material quality fabric and attractive colors using natural coloring. And marketing communications have spread out area Pamekasan, promotional strategies used to communicate directly with consumers, one of the marketing communication efforts undertaken UD "PEARL Batik" in marketing batik is through the implementation of Integrated Marketing Communication IMC (integrated marketing communications) means that in use is, Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, public relations and publicity, direct marketing.

Keywords: integrated marketing communications (IMC)

ABSTRAK

Lely Moliyana Kustanti, NIM.10.05.3.1.1.000.46, Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) Pengrajin Batik Dalam Mempertahankan Motif Batik Madura (Studi Pada UD “Mutiara Batik” Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan)

Penelitian ini dilakukan di UD “MUTIARA BATIK” milik H. Abdus Salam. Dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pengrajin batik dalam mempertahankan motif batik Madura. Lokasi penelitian skripsi di Desa Klampar Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif diskriptif, subjek penelitian ini adalah Pemilik Usaha UD “MUTIARA BATIK”, dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan metode pengumpulan data dengan wawancara, sedangkan untuk mengecek kebenaran data yang telah diperoleh digunakan metode triangulasi. selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan informan langsung, kemudian informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pemilik usaha kerajinan batik dan beberapa pekerja sebagai pengrajin batik. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Usaha UD “MUTIARA BATIK” milik H. Abdus Salam, dalam mempertahankan motif batik yang dihasilkan dengan pemilihan bahan baku kain yang berkualitas dan warna yang menarik dengan menggunakan pewarnaan yang alami. Dan komunikasi pemasarannya sudah menyebar keluar daerah pamekasan, strategi promosi yang digunakan dengan berkomunikasi langsung dengan para konsumen, salah satu usaha komunikasi pemasaran yang dilakukan UD “MUTIARA BATIK” dalam memasarkan batik adalah melalui penerapan *Integrated Marketing Communication IMC* (komunikasi pemasaran terpadu) sarana yang digunakan adalah, *Periklanan, Penjualan Personal, Promosi Penjualan, Hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung*.

Kata kunci: komunikasi pemasaran terpadu (IMC)