

## ABSTRAK

**Dewi Ayu Anggraini. 200531100031. Ilmu Komunikasi. *Integrated Marketing Communication* Pambatik Untuk Memasarkan Industri Batik Tulis Di Kampung Batik Klampar, Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan. Pembimbing, Dr. Dinara Maya Julijanti, S.Sos., M.Si. 197007222005012001**

Penelitian ini berfokus pada bagaimana *integrated marketing communication* yang dilakukan oleh pengrajin batik tulis di kampung batik Klampar di tengah ketatnya persaingan produsen batik di Indonesia serta mancanegara. Dengan demikian, sebagai pelaku usaha pengrajin batik tulis harus memahami bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai keberhasilan usahanya dengan menggunakan konsep pemasaran yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun subyek penelitiannya pambatik di kampung batik Klampar. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik Miles dan Huberman diantaranya reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi. Kemudian untuk teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan oleh pambatik di Desa Klampar yaitu pemasaran langsung dan interaktif, penjualan personal, serta promosi penjualan. Namun, ada dua informan hanya melakukan pemasaran interaktif tanpa memasarkan secara langsung menggunakan media sosial. Di sisi lain peneliti menemukan temuan penelitian peran keluarga dari salah satu informan yang membantu memasarkan batiknya kepada relasi atau lingkungannya.

**Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Komunikasi Pemasaran, Kerajinan Batik Tulis**

## **ABSTRACT**

**Dewi Ayu Anggraini. 200531100031. Communication Science. Integrated Marketing Communication For Batik Makers To Market The Handwritten Batik Industry In Klampar Batik Village, Proppo District, Pamekasan Regency. Mentor, Dr. Dinara Maya Julijanti, S.Sos., M.Si. 197007222005012001**

This research focuses on how integrated marketing communications are carried out by batik craftsmen wrote in the batik village of Klampar amid the fierce competition of batik producers in Indonesia as well as abroad. Thus, as an entrepreneur the craftsman must understand that marketing is an important factor in achieving the success of his business by using the concept of marketing aimed at providing satisfaction to the needs of the consumer.

This type of research uses qualitative research with a descriptive approach. As for the subject of his research, the trigger is in the village of Klampar. Data collection techniques using observations, interviews and documentation. Informer selection is done using purposive sampling. Data analysis techniques in this study use Miles and Huberman techniques including data reduction, data presentation, conclusion and verification. Then for data validation techniques use triangulation of data sources.

The results of the research show that the integrated marketing communications used by the batik maker in Klampar Village are direct and interactive marketing, personal selling, and sales promotions. However, there were two informants who only carried out interactive marketing without marketing directly using social media. On the other hand, the researchers found a family role study finding from one of the informants that helped market his batik to the relatives or environment.

**Keywords: Integrated Marketing Communication, Marketing Communications, Written Batik Craft**