DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* .....v**

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR GAMBAR xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.2.1 Pertanyaan Makro 8

1.2.2 Pertanyaan Mikro 8

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....9

1.3.1 Maksud Penelitian 9

1.3.2 Tujuan Penelitian.....9

1.4 Kegunaan Penelitian.....10

1.4.1 Kegunaan Teoritis 10

1.4.2 Kegunaan Praktis.....11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka 12

2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu 12

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 15

2.1.2.1 Definisi Komunikasi 15

2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi 18

2.1.2.3 Sifat Komunikasi 19

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi 21

2.1.2.5 Proses Komunikasi 22

2.1.2.6 Fungsi Komunikasi 23

2.1.3 Tinjauan Mengenai Strategi 24

2.1.3.1 Pengertian Strategi 24

2.1.3.2 Tinjauan Strategi Komunikasi 27

2.1.3.3 Tujuan Strategi Komunikasi 29

2.1.3.4 Fungsi Strategi Komunikasi 29

2.1.4 Tinjauan Tentang Pemasaran 31

2.1.4.1 Pengertian Pemasaran 31

2.1.4.2 Jenis-Jenis Model Pemasaran 34

2.1.4.3 Tujuan Pemasaran 35

2.1.5 Tinjauan Strategi Komunikasi Pemasaran 36

2.1.6 Tinjauan Tentang Promosi 37

2.1.7 Tinjauan Tentang Pengunjung 39

2.2 Kerangka Pemikiran 41

2.2.1 Alur Kerangka Pemikiran.....48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian 49

3.2 Teknik Penentuan Informan.....51

3.2.1 Informan Kunci Penelitian 53

3.2.2 Informan Pendukung Penelitian 54

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....55

3.3.1 Studi Pustaka 56

3.3.2 Studi Lapangan.....58

3.4 Uji Keabsahan Data 61

3.5 Teknik Analisis Data.....63

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 65

3.6.1 Lokasi Penelitian 65

3.6.2 Waktu Penelitian 65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 67

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 78

4.1.1.1 Sejarah Singkat Sanggar Batik Katura 78

4.1.1.2 Visi dan Misi 80

4.1.1.3 Produk 81

4.1.1.4 Logo dan Arti Lambang 81

4.1.1.5 Struktur Organisasi.....83

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan 83
4.1.2.1 Informan Kunci Penelitian 83
4.1.2.2 Informan Pendukung Penelitian 86
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian 89
4.1.3.1 Tujuan Pemasaran Sanggar Batik Katura Dalam Melakukan Promosi Pada Batik Mega Mendung Dikalangan Pengunjung 91
4.1.3.2 Sasaran Pemasaran Sanggar Batik Katura dalam melakukan promosi pada batik mega mendung dikalangan pengunjung.....96
4.1.3.3 Pesan Yang Disampaikan Sanggar Batik Katura Dalam Melakukan Promosi Pada Batik Mega Mendung Dikalanagan Pengunjung.....98
4.1.3.4 Penggunaan Media Sanggar Batik Katura dalam melakukan promosi pada batik mega mendung dikalangan pengunjung.....101
4.1.3.5 Pengembangan promotional Mix Sanggar Batik Katura dalam melakukan promosi pada batik mega mendung dikalangan pengunjung.....105
4.1.3.6 Evaluasi Sanggar Batik Katura Dalam Melakukan Promosi Pada Batik Mega Mendung Dikalangan Pengunjung.....108

4.2 Pembahasan.....110
4.2.1 Penetapan Tujuan Yang Dilakukan Sanggar Katura Dalam Melakukan Promosi Pada Batik Mega Mendung Dikalangan Pengunjung.....112
4.2.2 Penetapan Sasaran Sanggar Batik Katura Dalam Melakukan Promosi Pada Batik Mega Mendung Dikalangan Pengunjung.....115
4.2.3 Rancangan Pesan Sanggar Batik Katura Dalam Melakukan Promosi Pada Batik Mega Mendung Dikalangan Pengunjung.....115
4.2.4 Penggunaan Media Sanggar Batik Katura Dalam Melakukan Promosi Pada Batik Mega Mendung Dikalangan Pengunjung.....117
4.2.5 Pengembangan Promotional Mix Sanggar Batik Katura Dalam Melakukan Promosin Pada Batik Mega Mendung Dikalangan Pengunjung.....118
4.2.6 Tahapan Evaluasi Sanggar Batik Katura Dalam Melakukan Promosi Pada Batik Mega Mendung Dikalangan Pengunjung.....121
4.2.7 Strategi Komunikasi pemasaran Yang Dilakukan 122

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 125
5.2 Saran 128
5.2.1 Saran Bagi Sanggar Batik Katura.....128
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 129

DAFTAR PUSTAKA.....130

LAMPIRAN.....132

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 188