

**STRATEGI MENINGKATKAN BRAND AWARENESS *FAJAR BATIK*
MELALUI AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

SEPTINA INDAH NURSINTIA

NIM : 18240621

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

**STRATEGI MENINGKATKAN BRAND AWARENESS *FAJAR BATIK*
MELALUI AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik di Jurusan
Ilmu Komunikasi**

Oleh:

SEPTINA INDAH NURSINTIA

NIM : 18240621

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

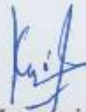
Skripsi oleh Septina Indah Nursintia / 18240621 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 07 Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



Krisna Meganfari, S.Sos., M.A.
NIDN. 0724048604



Drs. Pinarvo, M.M
NIDN. 0729066201

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Septina Indah Nursintia ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 12 Juli 2022

Pukul : 13.00

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Penguji III



Krisna Megantari, S.Sos.M.A
NIDN. 0724048604



Drs. Pinaryo, M.M
NIDN. 0729066201



Eli Purwati, S.Sos.M.Ikom
NIDN. 0702088201

MENGETAHUI,

Dekan,



Avub Dwi Anggoro, Ph.D
NIK.19860325201309 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Septina Indah Nursintia

Alamat : Dsn. Krajan, RT 03/ RW 02, Ds. Pulung Merdiko, Kec. Pulung, Kab. Ponorogo.

No. Identitas : 18240621

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

STRATEGI MENINGKATKAN BRAND AWARENESS FAJAR BATIK MELALUI AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS.

Adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 27 Juli 2022

Yang menyatakan,

A green official stamp from the Indonesian Ministry of Education, Culture, and Higher Education (Kemendikbudristek) is visible. The stamp contains the text 'KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, DAN TINGGI PENDIDIKAN' and 'NIP. 18240621'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

(Septina Indah Nursintia)

MOTTO

“Semua impian akan menjadi kenyataan jika kita memiliki keberanian untuk
mengejanya.”

“ Aku bisa melakukannya, kamu mengerti. Aku bisa melakukannya dengan baik.
Aku bisa melakukannya lebih baik dari siapapun.”

(Jhope BTS)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha pengasih lagi Maha penyayang, saya penatkan puja dan puji syukur atas kehadiratnya, serta salam dan solawat kepada Nabi dan Rasul Akhir zaman, Nabi Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul STRATEGI MENINGKATKAN BRAND AWARENESS FAJAR BATIK MELALUI AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-sebesarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan memberikan jalan atas usaha maupun doa yang dipanjatkan serta petunjuk dalam pengerjaan skripsi.
2. Keluarga saya, Mulai dari Ibu Jumiati dan Bapak Nursiaman, yang telah memberikan kasih sayang, do'a, semangat dan dukungan yang sangat luar biasa kepada peneliti selama perjalanan kuliah hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Ibu Krisna Megantari, S.Sos.,M.A selaku dosen pembimbing dan Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang sangat teliti membimbing dari awal sampai akhir pengerjaan skripsi ini dengan penuh ketekunan dan kebijaksanaan, serta bersedia meluangkan waktu untuk selalu memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. DR. Happy Susanto, M.A sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo

5. Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom., M.Si., Ph.D sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
6. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang selalu memberikan pengajaran terbaik dan berbagi pengalaman yang bermanfaat dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Teman-teman sejak SMA Bevi Elyusa H.S, Elda R.S, Firda Ria S, Mery Nindi A yang selalu mendukung saya untuk mengerjakan skripsi.
8. Rizqi Gilang R kekasih saya tercinta yang telah memberikan bantuan,dukungan,motivasi untuk mengerjakan skripsi.
9. Semua member BTS yang selalu membuat saya bahagia dan menginspirasi saya sehingga saya semangat dalam mengerjakan skripsi.
10. Karmila F.A selaku owner tempat saya bekerja dan juga teman curhat saya yang selalu memotivasi dan memberi semangat saya.
11. Teman-teman mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2018 untuk 4 tahun kebersamaan yang sangat berarti. Berkat kalian masa perkuliahan saya menjadi sangat berkesan dan penuh kebahagiaan.
12. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Demikian pengantar yang dapat penulis sampaikan, dimana penulis sadar bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penulisan dan penyusunannya yang masih jauh dari kata sempurna. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca

Ponorogo, 29 Juni 2022

Septina Indah Nursintia

ABSTRAK

STRATEGI MENINGKATKAN BRAND AWARENESS *FAJAR BATIK* MELALUI AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS

SEPTINA INDAH NURSINTIA

18240621

Potensi yang dimiliki oleh batik sebagai salah satu usaha industri di Indonesia terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan termasuk dalam kehidupan sosial budaya masyarakat, tak terkecuali di Kabupaten Ponorogo. Banyak pengrajin batik tulis maupun pengusaha fashion batik yang ada di Ponorogo. Berbagai strategi diterapkan oleh pengusaha batik yang ada di Ponorogo untuk meningkatkan Brand Awareness dalam rangka bersaing. Salah satu brand pengrajin batik yang menarik perhatian peneliti adalah Fajar Batik karena selain memproduksi batik tulis dengan motif-motif ponoragan, Fajar Batik memiliki keistimewaan tersendiri yaitu menggunakan pewarna alam.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi marketing public relations yang dilakukan Fajar Batik dalam membentuk Brand Awareness. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskripsi. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling dengan data primer didapat dari sumber subyek yaitu owner Fajar Batik dari hasil wawancara kemudian dianalisis sesuai teori kohler and smith.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi marketing public relations dalam membentuk brand awareness Fajar Batik adalah dengan menggunakan publicity, personal selling, direct marketing, event, dan word of mouth. Walaupun dalam pelaksanaannya yang menjadi andalan adalah event dan word of mouth, hal tersebut mampu membentuk brand awareness Fajar Batik meskipun sebenarnya masih memiliki peluang yang luas untuk dapat lebih ditingkatkan.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Markeing Public Relations, Fajar Batik*

ABSTRACT

STRATEGI MENINGKATKAN BRAND AWARENESS *FAJAR BATIK* MELALUI AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS

SEPTINA INDAH NURSINTIA

18240621

The potential of batik as one of the industrial businesses in Indonesia continues to experience growth and development, including in the socio-cultural life of the community, not least in Ponorogo Regency. There are many handmade batik craftsmen and batik fashion entrepreneurs in Ponorogo. Various strategies are applied by batik entrepreneurs in Ponorogo to increase Brand Awareness in order to compete. One of the brands of batik craftsmen that has attracted the attention of researchers is Fajar Batik because in addition to producing written batik with ponoragan motif, Fajar Batik has its own specialty, namely using natural dyes.

The purpose of this study was to determine the marketing public relations strategy that Fajar Batik used in establishing brand awareness. The researcher used descriptive qualitative research method. Researchers used a purposive sampling technique with primary data obtained from the subject source, namely the owner Fajar Batik from the results of interviews and then analyzed according to the theory of Kohler and Smith.

The results showed that the marketing public relations strategy in establishing Fajar Batik's brand awareness was to use publicity, personal selling, direct marketing, events, and word of mouth, they are able to from Fajar Batik's brand awareness even though they actually still have wide opportunities to be further improved.

Key Words : *Brand Awareness, Marketing Public Relations, Fajar Batik*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	4
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	4
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 KERANGKA TEORI.....	6
2.1.1 Komunikasi Pemasran.....	6
2.1.2 Public Relations.....	7
2.1.3 Marketing Public Relations (MPR).....	10
2.1.4 Strategi Marketing Public Relations.....	11
2.1.5 Brand Awareness.....	15
2.1.6 Perang Brand Awareness.....	17
2.2 KERANGKA PIKIR.....	20
BAB III.....	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN.....	21
3.2 JENIS PENELITIAN.....	21
3.3 SUMBER DATA.....	21
3.4 TEKNIK SAMPLING.....	22
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	22
3.6 UJI VALIDITAS.....	24

3.7	METODE ANALISIS DATA.....	24
BAB IV.....		26
PEMBAHASAN.....		26
4.1	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	26
4.2	SEGMENTASI PASAR FAJAR BATIK.....	27
4.3	TARGET MARKET FAJAR BATIK.....	27
4.4	POSITIONING.....	28
4.5	STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS FAJAR BATIK...30	
4.6	BRAND AWARENESS.....	38
BAB V.....		40
PENUTUP.....		40
5.1	KESIMPULAN.....	40
5.2	SARAN.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....		43
Daftar Gambar		
Gambar 1 :	Piramida brand awareness	16
Gambar 2 :	Motif kain batik (reog)	28
Gambar 3 :	Motif kain batik (merak)	29
Gambar 4 :	Motif kain batik (jaran kepang)	29
Gambar 5 :	Artikel Fajar Batik di CNN Indonesia	31
Gambar 6 :	Artikel Fajar Batik di Cakrawala 7	32
Gambar 7 :	Konten Fajar Batik di Youtube sentra industry Kab. Ponorogo	32
Gambar 8 :	Pameran Fajar Batik	34
Gambar 9 :	Pameran Fajar Batik	34
Gambar 10 :	Fashion Show Fajar Batik	35