

**“ANALISIS *BRANDING* BATIK PKK MOTIF LELE SEBAGAI
REPRESENTASI MATA PENCAHARIAN DI DESA TAPEN KECAMATAN
LEMBEYAN KABUPATEN MAGETAN”**

SKRIPSI



Oleh:

DWI YULIA AMBARWATI

22241046

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

“ANALISIS *BRANDING* BATIK PKK MOTIF LELE SEBAGAI
REPRESENTASI MATA PENCAHARIAN DI DESA TAPEN KECAMATAN
LEMBEYAN KABUPATEN MAGETAN”

SKRIPSI

Digunakan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-Syarat Untuk
Mencapai Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di
Program Studi Ilmu Komunikasi

OLEH:

DWI YULIA AMBARWATI

22241046



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

2026

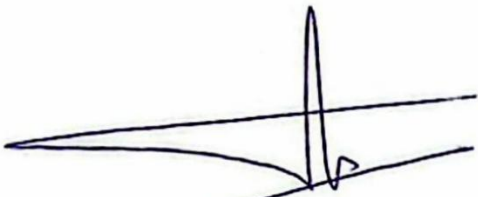
LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi oleh Dwi Yulia Ambarwati / 22241046 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 15 Januari 2026

DOSEN PEMBIMBING I

A stylized signature in black ink, featuring a long horizontal stroke on the left and a vertical stroke on the right, with a small loop at the bottom right.

Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom
NIDN. 0728018304

DOSEN PEMBIMBING II

A stylized signature in blue ink, featuring a vertical stroke on the left and a large, sweeping loop on the right.

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

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh Dwi Yulia Ambarwati/ 22241046 ini,

Telah dipertahankan di depan penguji.

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 27 Januari 2026

Pukul : 08.45 WIB

DEWAN PENGUJI

PENGUJI I



Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN.0020066503

PENGUJI II



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

PENGUJI III



Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom
NIDN.0728018304

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Robby Darwis Nasution, S.IP., M.A
NIK. 19860228 202109 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Yulia Ambarwati

NIM : 22241046

Alamat : Desa Tapen, Kecamatan Lembeyan, Kabupaten Magetan.

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul: “ANALISIS
BRANDING BATIK PKK MOTIF LELE SEBAGAI REPRESENTASI MATA
PENCAHARIAN DI DESA TAPEN KECAMATAN LEMBEYAN KABUPATEN
MAGETAN” 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 integrasi.

Ponorogo, 29 Januari 2026

Yang menyatakan,


Dwi Yulia Ambarwati

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Branding Batik PKK Motif Lele sebagai Representasi Mata Pencarian di Desa Tapen Kecamatan Lembeyan Kabupaten Magetan” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas akademik pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam proses penyusunan Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution, S.IP., M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, motivasi, dan koreksi selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman selama masa perkuliahan.
4. Pemerintah Desa Tapen, Ketua PKK, serta seluruh anggota PKK Desa Tapen, yang telah memberikan informasi, waktu, dan kesempatan kepada penulis dalam proses pengumpulan data awal.

5. Kedua orang tua dan keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan moral maupun material.
6. Sahabat dan teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2022 yang selalu memberi dukungan, motivasi, dan kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan penelitian ini di masa mendatang. Besar harapan penulis bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya, praktisi, maupun masyarakat yang tertarik pada kajian branding berbasis budaya lokal.

Ponorogo, 15 Januari 2026

(Dwi Yulia Ambarwati)

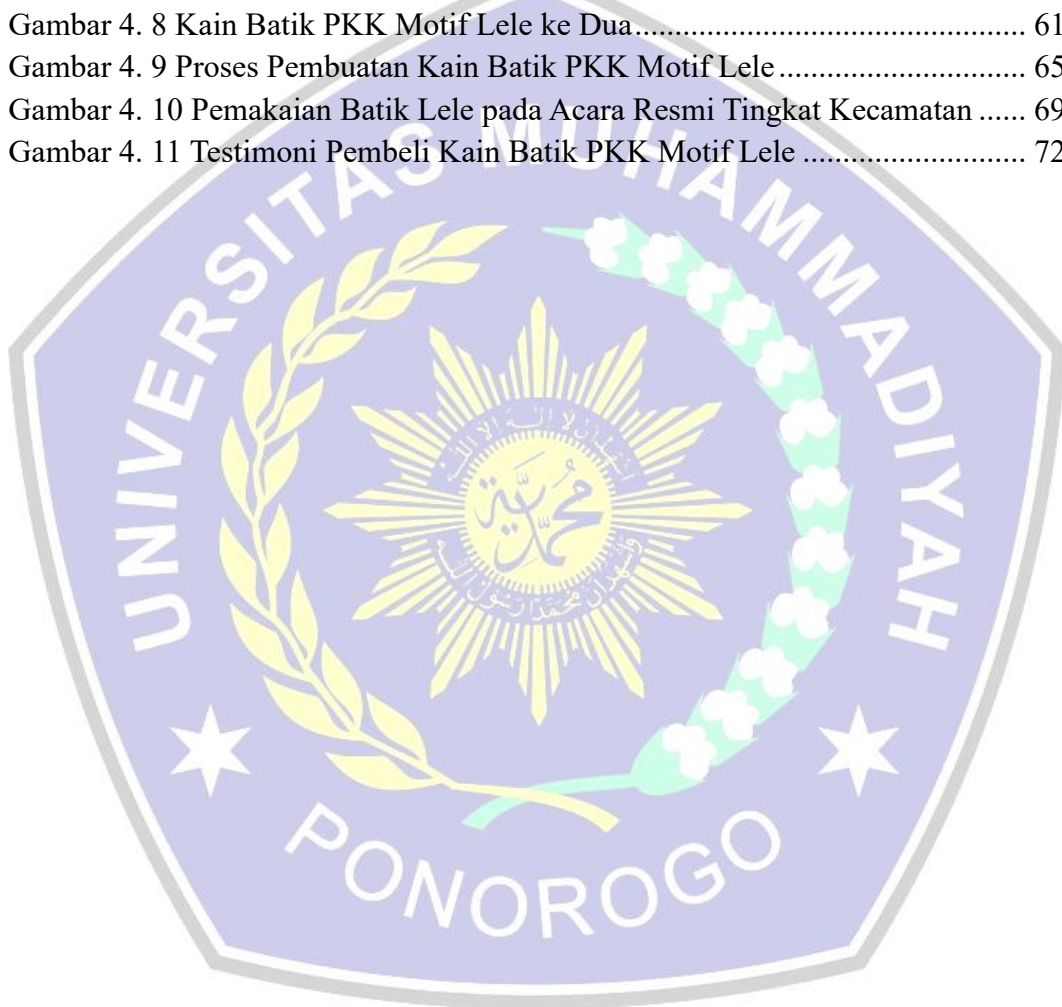
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori.....	11
B. Kajian Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berfikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
C. Subjek Penelitian.....	31
D. Data dan Sumber Data	32
E. Teknik Sampling Menentukan Informan	33

F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Validitas Data	37
H. Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Profil Desa Tapen Dan Gambaran Umum.....	41
1. Letak Geografis Desa Tapen	41
2. Kondisi Demografis Desa Tapen.....	42
3. Kondisi Sosial dan Mata Pencarian Masyarakat	44
B. Profil PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) Desa Tapen.....	46
1. Peran PKK dalam Kehidupan Sosial Desa	47
2. Keterkaitan Mata Pencarian dengan Motif Batik	48
C. Analisis Branding Produk Batik PKK Motif Lele Desa Tapen.....	50
1. Brand Salience	50
2. Brand Imagery.....	55
3. Brand Performace.....	62
4. Brand Resonance.....	67
5. Consumer Feelings.....	71
6. Consumer Judgements	75
BAB V PENUTUP	80
A. KESIMPULAN	80
B. SARAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Peta Wilayah Desa Tapen	41
Gambar 4. 2 Struktur Pengurus PKK Desa Tapen	46
Gambar 4. 3 Logo PKK Desa Tapen.....	47
Gambar 4. 4 Kain Batik PKK Motif Lele	49
Gambar 4. 5 Fashion Show Batik Tingkat Kecamatan	53
Gambar 4. 6 Kain Batik PKK Motif Lele Uji Coba Pertama.....	59
Gambar 4. 7 Kain Batik PKK Motif Lele ke Dua.....	60
Gambar 4. 8 Kain Batik PKK Motif Lele ke Dua.....	61
Gambar 4. 9 Proses Pembuatan Kain Batik PKK Motif Lele.....	65
Gambar 4. 10 Pemakaian Batik Lele pada Acara Resmi Tingkat Kecamatan	69
Gambar 4. 11 Testimoni Pembeli Kain Batik PKK Motif Lele	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Ijin Penelitian	85
Lampiran 2 Wawancara dengan Sekretaris PKK Desa Tapen	87
Lampiran 3 Wawancara dengan Kepala Desa dan Ketua PKK Desa Tapen	87
Lampiran 4 Wawancara Dengan Perangkat Desa	88



ABSTRAK

“ANALISIS BRANDING BATIK PKK MOTIF LELE SEBAGAI REPRESENTASI MATA PENCAHARIAN DI DESA TAPEN KECAMATAN LEMBEYAN KABUPATEN MAGETAN.”

Dwi Yulia Ambarwati

22241046

Penelitian ini berjudul “Analisis *Branding* Batik PKK Motif Lele sebagai Representasi Mata Pencaharian di Desa Tapen Kecamatan Lembeyan Kabupaten Magetan”. Latar belakang penelitian ini berfokus pada upaya PKK Desa Tapen dalam mengembangkan batik sebagai produk ekonomi kreatif yang berbasis pada identitas budaya lokal, yaitu mata pencaharian masyarakat sebagai pembudidaya ikan lele. Meskipun memiliki potensi yang kuat secara simbolik dan budaya, proses *branding* Batik PKK Motif Lele masih berjalan secara sederhana dan belum menggunakan strategi komunikasi yang terstruktur. Kondisi ini menyebabkan identitas merek belum dikenal secara luas. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi *branding* Batik PKK Motif Lele melalui pendekatan model Customer-Based Brand Equity (CBBE) yang merupakan model *branding* produk yang dikembangkan Kotler & Keller. Model ini digunakan untuk melihat bagaimana suatu merek dibangun melalui enam dimensi: brand salience, brand performance, brand imagery, consumer judgments, consumer feelings, dan brand resonance. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan ditentukan menggunakan teknik purposive sampling yang melibatkan anggota PKK, pengrajin batik, perangkat desa, dan masyarakat sebagai pengguna produk. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber dan member check. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand salience* Batik PKK Motif Lele masih terbatas pada lingkup internal Desa Tapen. *Brand performance* dinilai cukup baik dari segi kualitas produk dan proses produksi manual, serta kemampuannya menjalankan fungsi ganda sebagai produk fesyen dan media komunikasi budaya. *Brand imagery* terbentuk kuat melalui simbol motif lele yang merepresentasikan kerja keras, ketekunan, dan identitas masyarakat desa. *Consumer judgments* dan *consumer feelings* menunjukkan respons positif berupa penilaian keaslian, kebanggaan, dan keterikatan emosional terhadap produk. Sementara itu, *brand resonance* tercermin dalam loyalitas sosial dan penggunaan kolektif batik pada kegiatan resmi desa. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa branding Batik PKK Motif Lele memiliki potensi besar sebagai produk budaya lokal, namun masih memerlukan penguatan strategi branding dan komunikasi agar dapat dikenal dan berdaya saing secara lebih luas.

Kata Kunci: *Branding* Produk, CBBE, Kotler & Keller, Batik PKK Motif Lele, Budaya Lokal.

ABSTRACT

"BRANDING ANALYSIS OF PKK BATIK WITH CATFISH MOTIF AS A REPRESENTATION OF LIVELIHOODS IN TAPEN VILLAGE."

Dwi Yulia Ambarwati

22241046

This research, entitled "Branding Analysis of PKK Batik with Catfish Motif as a Representation of Livelihoods in Tapen Village," focuses on the efforts of the Tapen Village PKK (Family Welfare Movement) to develop batik as a creative economic product based on local cultural identity, specifically the community's livelihood as catfish farmers. Despite its strong symbolic and cultural potential, the branding process for PKK Batik with Catfish Motif remains rudimentary and lacks a structured communication strategy. This situation has resulted in the brand identity remaining largely unknown. The purpose of this research is to analyze the branding strategy of PKK Batik with Catfish Motif using the Customer-Based Brand Equity (CBBE) model, a product branding model developed by Kotler & Keller. This model is used to examine how a brand is built across six dimensions: brand salience, brand performance, brand imagery, consumer judgments, consumer feelings, and brand resonance. This research uses a descriptive qualitative approach, with data collection techniques including in-depth interviews, observation, and documentation. Informants were selected using a purposive sampling technique involving Family Welfare Movement (PKK) members, batik artisans, village officials, and community members as product users. Data validity was strengthened through source triangulation and member checking. The results of the study indicate that the brand salience of Batik PKK Motif Lele is still limited to the internal scope of Tapen Village. Brand performance is considered quite good in terms of product quality and manual production process, as well as its ability to carry out dual functions as a fashion product and a cultural communication medium. Brand imagery is strongly formed through the symbol of the lele motif which represents hard work, perseverance, and the identity of the village community. Consumer judgments and consumer feelings show a positive response in the form of assessments of authenticity, pride, and emotional attachment to the product. Meanwhile, brand resonance is reflected in social loyalty and the collective use of batik in official village activities. The conclusion of this study shows that the branding of Batik PKK Motif Lele has great potential as a local cultural product, but still requires strengthening branding and communication strategies to be recognized and competitive more widely.

Keywords: Product Branding, CBBE, Kotler & Keller, PKK Batik with the Catfish Motif, Local Culture.