

## ABSTRAK

Sanggar Batik Kalpika adalah salah satu usaha yang memproduksi kerajinan batik dan sudah ada sejak tahun 1970. Untuk menjual karya seni batik dan kaos lukis yang sudah mulai terkikis peminatnya, diperlukan adanya strategi komunikasi pemasaran yang baik untuk mencapai target yang diinginkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Sanggar Batik Kalpika dalam menjual karya seni kaos lukis batik Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teori perencanaan sebagai landasan pemikiran guna mengetahui proses atau langkah-langkah strategi komunikasi pemasaran Sanggar Batik kalpika dalam menjual karya seni kaos lukis batik. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan ada dua pemasaran yang dilakukan Sanggar Batik Kalpika yaitu secara langsung dan tidak langsung. komunikasi pemasaran secara langsung yaitu membangun hubungan kemitraan dengan beberapa pihak, dalam bentuk *personal selling*. Adapun komunikasi pemasaran secara tidak langsung meliputi publikasi, serta melakukan *direct marketing*. Dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran, Sanggar Batik Kalpika telah memiliki bagian pemasaran, tetapi dalam menjalankannya belum optimal. Dengan adanya analisis kekurangan dan kelebihan komunikasi pemasaran yang dilakukan peneliti, diharapkan dapat memberikan kontribusi agar produk kaos lukis batik Sanggar Batik Kalpika bisa terus meningkatkan penjualannya.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Sanggar Batik Kalpika, Penjualan, Kaos Lukis Batik

## **ABSTRACT**

*Sanggar Batik Kalpika is one of business is producing batik craft has been since 1970. To sell batik artwork and shirts of painting that are getting eroded about there enthusiasts, there need to be the communications marketing strategy good to reach the desired target. The purpose of this research is to know the communication marketing strategy the applied Sanggar Batik Kalpika to sell shirts of painting artwork Yogyakarta. This research use the theory planning as thinking base of knew about the process or steps communication marketing strategy to sell shirts of painting artwork. The kind of research used is descriptive qualitative research. Technique data collection is by in-depth interview, observation, and study dokumentation. This research result indicates there are two marketing done in Sanggar Batik Kalpika that is directly and indirectly. Marketing communications directly to build a partnership with several parties, In the form of personal selling. As for marketing communications that indirectly covering publication, and conducted direct marketing. In the implementation of marketing komunikasi, Sanggar Batik Kalpika already have marketing departments, but in manage not yet optimal. With the analysis of the advantages and disadvantages of marketing communication conducted by research, is expected to provide contribution so that the product of shirts painting artwork Sanggar Batik Kalpika can continue increase sales.*

*Keywords: Marketing Communication, Sanggar Batik Kalpika, Sales, Shirts Of Painting Batik.*