

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
ASBTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Pemikiran dan Teori.....	7
1.5.1. Komunikasi Pemasaran.....	7
1.5.2. Teori Perencanaan (Charles Berger).....	10
1.5.3. Konsep Batik.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.3. Proses Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	17
2.3. Mengembangkan Komunikasi Pemasaran Yang Efektif.....	21
2.4. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	24
2.5. Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ).....	27
2.6. Konsep Batik.....	32
2.7. Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	39
3.2. Objek Penelitian.....	40
3.3. Lokasi Penelitian.....	42
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5. Teknik Analisis Data.....	45
3.5. Uji Validitas.....	46

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	49
4.1.1. Nama Instansi Sanggar Batik Kalpika.....	49
4.1.2. Sejarah Singkat Berdirinya Sanggar Batik Kalpika.....	49
4.1.3. Visi dan Misi Sanggar Batik Kalpika.....	50
4.1.4. Logo Sanggar Batik Kalpika.....	51
4.1.5. Struktur Organisasi Pengurus Sanggar Batik Kalpika.....	52
4.1.6. Deskripsi Produk.....	53
4.1.7. Tujuan Kegiatan Usaha Sanggar Batik Kalpika.....	55
4.1.8. Komunikasi Kemitraan Pemasaran Sanggar Batik Kalpika.....	56
4.1.9. Komunikasi Pemasaran Sanggar Batik Kalpika.....	63
4.1.9.1. Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Sanggar Batik Kalpika.....	64
4.1.9.2. Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Sanggar Batik Kalpika...	72
4.1.9.3. Evaluasi Komunikasi Pemasaran Sanggar Batik Kalpika.....	92
4.1.9.4. Faktor Pendukung dan Hambatan Kegiatan Pemasaran.....	94
4.1.9.5. Tanggapan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Sanggar Batik Kalpika.....	95
4.2. Pembahasan.....	98

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	111
5.2. Saran.....	113

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Sanggar Batik Kalpika .....	51
Gambar 4.2 Produk Kaos Lukis Sanggar Batik Kalpika .....	53
Gambar 4.3 Proses Pembuatan Kaos Lukis Sanggar Batik Kalpika .....	54
Gambar 4.4 Kegiatan Pelatihan Membuat Batik Sanggar Batik Kalpika Kepada Kelompok Wisatawan.....	60
Gambar 4.5 Brosur Taman Sari Yogyakarta .....	61
Gambar 4.6 Produk Sanggar Batik Kalpika Yang Dijual Oleh Distro CSTL melalui Media Sosial.....	63
Gambar 4.7 Liputan Net Tv Tentang Sanggar Batik Kalpika .....	77
Gambar 4.8 Produk Kaos Lukis Batik Dipublikasikan Melalui Facebook.....	81
Gambar 4.9 Publikasi Tentang Kegiatan dan Hasil Produksi Sanggar Batik Kalpika Melalui Instagram.....	81
Gambar 4.10 Booklet Sanggar Batik Kalpika.....	83
Gambar 4.11 Bentuk Sales Presentation Oleh Sanggar Batik Kalpika.....	84
Gambar 4.12 Pamflet event Tebakin 2016.....	85
Gambar 4.13 Pamflet Festival Kesenian Yogyakarta 016.....	86
Gambar 4.14 Pamflet Event Pawai Budaya Jogja Istimewa 2016 .....	86
Gambar 4.15 Pamflet Event Indie Clothing Carnival 2016 .....	87
Gambar 4.16 Pameran Yang Diikuti Sanggar Batik Kalpika .....	87
Gambar 4.17 Gelar Jalan Sehat Dengan Kaos Lukis Batik .....	88

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1. Tabel Penjualan Kaos Lukis Batik 2016 .....	93
--	----

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 4.1 Struktur Organisasi Sanggar Batik Kalpika .....	52
Bagan 4.2 Alur Reseller Sistem Dropship .....	91
Bagan 4.3 Model Komunikasi Pemasaran Sanggar Batik Kalpika.....	107