

## ABSTRAK

Pasar Beringharjo memiliki jumlah pedagang yang sangat banyak dan diperkirakan terus berkembang dari tahun ketahun. Semakin bertambahnya jumlah pedagang yang ada tentu membuat persaingan di antara para pedagang batik semakin ketat. Pedagang batik harus mempunyai strategi-strategi dalam menarik pembeli terutama bagi para pedagang-pedagang yang sudah lama berdagang di Pasar Beringharjo. Rumusan masalah yang dibuat adalah “Strategi Komunikasi Interpersonal Pedagang Batik dan Konsumen Di Pasar Beringharjo Yogyakarta Dalam Meningkatkan Pembelian”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi-strategi komunikasi yang digunakan pedagang batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta dalam meningkatkan pembelian konsumen. Penelitian ini berkaitan dengan Teori Komunikasi Interpersonal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Subyek dari penelitian ini adalah pedagang batik di Pasar Beringharjo dan konsumen mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing pedagang batik memiliki strategi yang berbeda-beda dalam meningkatkan pembelian yang dilakukan oleh konsumen mereka. Strategi komunikasi yang dilakukan para pedagang batik yaitu dengan menggunakan pendekatan komunikasi secara interpersonal. Strategi komunikasi yang digunakan pedagang batik bagi para pelanggan lama yaitu dengan komunikasi yang teratur serta selalu menginformasikan model-model terbaru dengan harga yang kompetitif. Bagi para konsumen baru pedagang batik menggunakan strategi dengan memasang display yang menarik agar calon konsumen tertarik serta melayani dengan ramah dan sopan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, komunikasi interpersonal antara pedagang batik dan konsumen terdiri dari tiga unsur yaitu pengetahuan mengenai produk, motif pembelian, dan kredibilitas pedagang batik dalam berkomunikasi.

## ABSTRACT

The increasing of traders become an attraction for the researcher to inspect more about batik traders there. Since the trader is increasing rapidly makes the competition among batik traders is become more intense. Therefore, every traders should have many strategies to attract buyers especially for trader or seller who already doing bussiness for long time in that market. Based on the background, the formulation of the problem which has been made is "How the communication strategies which is done by Batik trader and the buyers in Yogyakarta Beringharjo market to increase purchases?". This research aims to know the communication strategies which is used by batik traders and the buyers in Beringharjo Market in Yogyakarta to increase purchases. This research is related to Interpersonal Communication Theories. It uses qualitatives researching method with data collecting technique by observation and interview. The subject of this research is batik traders in Beringharjo market and their buyers or customers. Batik traders in Beringharjo still using communication approach interpersonally to make their customers feel served nicely and friendly. Communication strategy which used by the batik traders for the loyal customers, batik traders use regular communication by informing the newest design of batik with competitive price. For the new customers, the batik traders use the strategy of display laying. They lay the display as good as it can be to attract the customers attention by friendly and courteous. Based on the research, communication interpersonal have three point. Product knowledge, motif for buying, and credibility of batik traders in communication.