

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Perkembangan teknologi memberikan banyak pengaruh dalam kehidupan manusia. Salah satunya dalam berkomunikasi. Hal tersebut mempengaruhi berbagai aktivitas masyarakat. Hal-hal yang sebelumnya dilakukan dengan cara yang rumit, kini dapat dilakukan dengan cara yang lebih mudah dan cepat melalui media cetak, audio, visual, audio-visual, hingga media online.<sup>1</sup>

Komunikasi dengan pemasaran tersebut disebabkan, karena realitas empirisnya hampir tidak mungkin, karena pemasaran tanpa komunikasi adalah hal yang mustahil. Komunikasi selalu hadir dalam setiap pemasaran. betapa pun pemasaran telah dirancang dengan teknologi modern sehingga komunikasi bersifat impersonal. Komunikasi tidak menghadirkan orang dengan orang, melainkan orang dengan mesin. Namun komunikasi tetap harus ada, supaya simbol-simbol yang dirancang dalam mesin komputer tersebut dapat dipahami oleh pemakainya. Untuk membiasakan bertransaksi dengan menggunakan teknologi membutuhkan edukasi.<sup>2</sup>

Produk Unggulan Daerah (PUD) merupakan suatu barang atau jasa yang dimiliki oleh suatu daerah, yang mempunyai nilai ekonomi dan daya saing tinggi serta pengurangan tenaga kerja dalam skala besar, yang di produksi berdasarkan kelayakan bahan baku dan pasar, bakat masyarakat (penguasaan

---

<sup>1</sup> Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber* (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), 1.

<sup>2</sup> Redi Panuju, *Pemasaran Sebagai Gejala Komunikasi, Komunikasi Sebagai Strategi Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2019), 8.

teknologi, kemampuan sumber daya manusia, dukungan infrastruktur, dan kondisi sosial budaya setempat yang berkembang dilokasi tertentu seperti kota Pamekasan.<sup>3</sup>

Pemerintah Provinsi Jawa Timur berusaha mendorong kemajuan UMKM khususnya batik sebagai salah satu ikon industri kreatif Jawa Timur baik di pasar Nasional maupun Internasional. Perkembangan batik di wilayah kabupaten/kota Jawa Timur saat ini cukup signifikan. Hal tersebut ditandai dengan munculnya industri batik, kecil maupun skala rumah tangga yang menghasilkan produk dengan motif dan pewarnaan yang khas, karena dipengaruhi oleh karakter daerah masing-masing seperti kota Pamekasan yang sudah terkenal dengan kerajinan batik.<sup>4</sup>

Pemerintah Kabupaten Pamekasan mengembangkan industri batik dengan menggelar Gebyar Batik 2022 yang akan road show di lima kota berbeda. Meliputi Malang, Tuban, Jember, Bromo, dan Bali. Gebyar Batik tersebut dilaksanakan untuk mempromosikan batik khas Pamekasan agar lebih dikenal ditingkat Nasional atau bahkan Internasional. Gebyar Batik merupakan kegiatan tahunan yang dilaksanakan oleh Disperindag Pamekasan, dalam kegiatan ini strategi komunikasi yang dijadikan sarana untuk mempromosikan batik Pamekasan. Adapun masalah-masalah yang terjadi di antaranya, pertama, sulitnya menemukan konsumen yang bisa di ajak komunikasi sehingga menghambat pemasaran produk. Kedua, dalam gebyar batik ini kurangnya

---

<sup>3</sup> Tri Weda Rahardjo, *Strategi Pemasaran Dan Penguatan Daya Saing Produk Batik UMKM*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2018), 02.

<sup>4</sup> Ibid, 03

strategi sosialisasi untuk mempromosikan acara tersebut sehingga pengunjung sedikit. Ketiga, kurangnya antusias panitia terhadap pengunjung sehingga pengunjung tidak lama dalam berpartisipasi dalam kegiatan gebyar batik pamekasan. Hal ini sangat berdampak dalam strategi komunikasi pemasaran dalam kegiatan gebyar batik pamekasan.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti akan meneliti dengan judul **“Analisis Strategi dan Hambatan Komunikasi Pemasaran Disperindag Pamekasan Pada Gebyar Batik Pamekasan 2022”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka fokus penelitian yang akan dimuat sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Disperindag Pamekasan pada Gebyar Batik Pamekasan 2022 ?
2. Bagaimana Hambatan Komunikasi Pemasaran Disperindag Pamekasan Pada Gebyar Batik Pamekasan 2022 ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dalam sebuah penelitian tentu ada suatu yang hendak dicapai, begitupula dengan penelitian ini tentunya juga memiliki tujuan. Adapun tujuan yang hendak dicapai fokus penelitian diatas ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Disperindag Pamekasan pada gebyar batik Pamekasan 2022.

2. Untuk mengetahui evaluasi / kendala komunikasi pemasaran Disperindag pada gebyar Batik Pamekasan 2022.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Setiap penelitian tentunya memiliki kegunaan, dan dalam penelitian ini terdapat dua kegunaan teoritis dan praktis, antara lain:

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang Analisis Strategi Dan Hambatan Komunikasi Pemasaran Disperindag Pamekasan Pada Gebyar Batik Pamekasan 2022

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharap memiliki makna dan manfaat bagi semua kalangan, sebagai berikut:

- a. Bagi IAIN Madura

Menjadi tambahan koleksi sumber referensi bagi kalangan mahasiswa pada umumnya atau mahasiswa yang sedang melakukan penelitian.

- b. Bagi Masyarakat

Untuk menambah wawasan masyarakat mengenai sejarah batik di Pamekasan khususnya pada target audien yang sudah ditentukan.

- c. Bagi Pengrajin

Untuk mengenalkan, meningkatkan, melestarikan serta mempertahankan kerajinan batik tulis di Madura khususnya batik Pamekasan.

- d. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai komunikasi Disperindag Pamekasan pada gebyar batik Pamekasan 2022 dalam meningkatkan promosi batik.

## **E. Definisi Istilah**

Untuk menyelaraskan persepsi tentang konteks permasalahan yang terkandung dalam penelitian ini, ada beberapa istilah yang perlu didefinisikan secara operasional agar terhindar dari kekaburan makna dan kerancuan berfikir antara pembaca dan peneliti, adapun beberapa istilah tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

### **1. Strategi**

Strategi adalah sebuah keunggulan kompetitif yang memiliki tujuan untuk merencanakan suatu hal dengan cara yang strategis. Strategi juga bisa diartikan sebagai tindakan untuk menyesuaikan diri terhadap segala reaksi ataupun situasi lingkungan yang terjadi.<sup>5</sup>

### **2. Hambatan**

Hambatan adalah sesuatu yang dapat menghalangi kemajuan atau pencapaian suatu hal yang biasanya dapat terjadi secara dua hal yaitu factor internal dan faktor eksternal.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Novi F., "Pengertian Strategi Serta Jenis, Tujuan, dan Contohnya", Gramedia Blog, diakses dari <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-strategi/> pada tanggal 23 Januari 2023 pukul 14.14 WIB.

<sup>6</sup> Agus Susanto, *Pengantar Komunikasi Kesehatan dan Kefarmasian*, (Klaten-Jawa Tengah, Tim Lakeisha, 2023), 95.

### 3. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi Pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merk yang dijual.<sup>7</sup>

### 4. Disperindag

Dinas perindustrian dan perdagangan, merupakan unsur pelaksana urusan pemerintah daerah yang menjadi kewenangan daerah berkedudukan dibawah dan bertanggung jawab kepada bupati dan melalui sekretaris daerah.

### 5. Gebyar batik

Gebyar batik merupakan sebuah ajang untuk mempromosikan dan mengenalkan produk turunan batik dengan bekerja sama dengan desainer muda berbakat dalam kegiatan *fashion* batik.

## **F. Kajian Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu berguna untuk mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya disamping itu kajian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan penelitian serta menunjukkan orisnilitas dari penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang dipaparkan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Felicia Meliana Ratri P. Silitonga dalam skripsi berjudul Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi

---

<sup>7</sup> Didin Burhanuddin Rabbani, dkk, *Komunikasi Pemasaran*, (Padang-Sumatera Barat, PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), 1

Kasus UMKM Batik Tulis Di Desa Gulurejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo). Hasil penelitian ini menunjukkan seluruh pelaku UMKM batik tulis yang menggunakan strategi fokus (kombinasi dari *coest lheadership* dan strategi diferensiasi), dan jenis strategi yang digunakan yaitu pewarnaan menggunakan nattol dan indikoson, inovasi motif, pemasaran dengan menggunakan media sosial dan pameran, penggunaan alat yang moderen seperti canting elektrik dan kompor gas, serta inovasi motif dengan modifikasi motif. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada strategi pemasaran sedangkan penelitian ini menggunakan strategi komunikasi.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Fahrur Rozi dalam skripsinya dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Pada Djawa Batik Solo. Hasil penelitian ini menyatakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Djawa Batik Solo sudah cukup efektif dalam memasarkan produknya, karena dilihat dari peningkatan-peningkatan jumlah penjual, Djawa Batik Solo terus mengembangkan produk dengan berbagai macam strategi untuk memasarkannya. persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis tentang batik, sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada strategi yang penelitian sebelumnya menggunakan strategi pemasaran sedangkan penelitian ini menggunakan strategi Komunikasi.

3. Penelitian yang ditulis oleh Andini Iswari yang berjudul Strategi Penanganan Hambatan Komunikasi Pemasaran *Business-to-Business* (B2B) Antara Budaya (Studi Kualitatif Deskriptif Pada PT. Grafetecindo Ciptaprima). Perbedaan dengan penelitian ini adalah objek, metodologi dan lokasi, sedangkan persamaannya yaitu terletak pada strategi dan hambatan komunikasi pemasaran (tema besarnya).

Tiga penelitian terdahulu di atas memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti teliti, yaitu persamaan dalam teori berkomunikasi, sehingga dari persamaan tersebut peneliti berinisiatif untuk melakukan observasi dalam kegiatan gebyar batik Pamekasan Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yakni penelitian kualitatif. Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.