

ABSTRAK

Abdurahman Arifin, 2023. Strategi Komunikasi CV. Bintang Abadi Kampung Batik Klampar Kecamatan Proppo Dalam Memasarkan Batik Lokal. Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN). Pembimbing: Hafidlatul Fauzuna, M.I.Kom

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, CV Bintang Abadi, Batik Lokal*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi CV. Bintang Abadi Kampung Batik Klampar Kecamatan Proppo Dalam Memasarkan Batik Lokal. Penelitian dilaksanakan di CV Bintang abadi yang berada di Kecamatan Proppo dengan mewawancarai Owner dan Konsumen. Adapun rumusan masalah yang diteliti ini yakni mengenai Bagaimana strategi komunikasi CV. Bintang Abadi kampung batik Klampar Kecamatan Proppo dalam memasarkan batik lokal dan Bagaimana faktor pendukung dan penghambat CV. Bintang Abadi kampung batik Klampar Kecamatan Proppo dalam memasarkan batik lokal.

Metode yang Peneliti gunakan dalam Penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Sedangkan teknik Pengumpulan data yang peneliti terapkan dalam Penelitian ini dengan cara melakukan Observasi, Wawancara, Dokumentasi, dan Triangulasi data. Aspek yang dinilai dalam Penelitian ini yaitu Strategi komunikasi dalam memikat Pelanggan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communication*).

Hasil dari Penelitian ini Menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi CV. Bintang Abadi Kecamatan Proppo Kampung Batik Klampar dalam Memasarkan Batik Lokal melakukan proses komunikasi dengan menerapkan strategi komunikasi yang mencakup komponen komunikasi yaitu sumber, pesan, media, penerima, efek, dan umpan balik. Selain itu CV. Bintang Abadi juga menggunakan teori IMC (*Integrated Marketing Communication*) yang menunjukkan bahwa kegiatan periklanan (*advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*) dan promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan aktivitas komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien bagi CV. Bintang Abadi dalam mempromosikan produk. Disamping itu, CV. Bintang Abadi masih kekurangan tenaga kerja dalam proses promosi produknya sehingga beberapa aktivitas komunikasi pemasarannya menjadi terbatas.