

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PEMILIHAN MEDIA DAN MODEL KOMUNIKASI
YANG DI TERAPKAN DI WEBSITE BATIK PUTRA
LAWEYAN**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Media
Promosi dan Model Komunikasi Pemasaran *Website* Batik Putra Laweyan)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Manajemen
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh :

**SEPTIAN ARIF KUSUMA WARDANA
NIM : 2010071022**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS BISNIS DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2015**

**SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA ILMIAH**

Saya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Bisnis dan Komunikasi Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Septian Arif Kusuma Wardana

NIM : 2010071022

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir / Skripsi

JUDUL Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan media dan Model Komunikasi yang Di terapkan di website Batik Putra Jawayan.
adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan/ karya orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas termasuk pencabutan gelar yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti melakukan kebohongan maka saya sanggup menanggung segala konsekuensinya.

Surakarta, 8 Oktober 2015

Yang Menyatakan



NIM : Septian Arif K.W
2010071022

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : ..Septian Arif Kusuma W

NIM : ..2010071022.....

Program Studi : ..Ilmu Komunikasi.....

Fakultas : ..Bisnis dan Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Tugas Akhir-Skripsi-Laporan Penelitian*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir/Skripsi/Laporan Penelitian* saya yang berjudul :

.....
Beserta instrument/desain/perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*autor*) dan Pembimbing sebagai *co autor* atau pencipta dan juga sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya secara sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Surakarta

Pada Tanggal : ..8..September 2015

Yang membuat pernyataan,

Materai
6000

Septian Arif K.W.

NIM : ..2010071022..



*) coret yang tidak perlu

LEMBAR PERSETUJUAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN MEDIA DAN MODEL KOMUNIKASI YANG DI TERAPKAN DI WEBSITE BATIK PUTRA LAWEYAN

Disusun Oleh :

SEPTIAN ARIF KUSUMA WARDANA
NIM. 2010071022

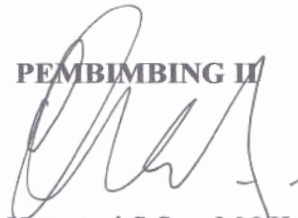
Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
Dihadapan Dewan Penguji
Pada tanggal 8 OKTOBER 2015

PEMBIMBING I



Rahmat Wisudawanto, S.S, M.Hum
NIDN. 0628108301

PEMBIMBING II



Chatia Hastasari S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0624068601

Mengetahui

Ketua Program Studi



Rahmat Wisudawanto, S.S, M.Hum
NIDN. 0628108301

LEMBAR PENGESAHAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN MEDIA DAN MODEL KOMUNIKASI YANG DI TERAPKAN DI WEBSITE BATIK PUTRA LAWEYAN

Disusun Oleh :

SEPTIAN ARIF KUSUMA WARDANA
NIM. 2010071022

Skripsi ini telah diterima dan disahkan
Oleh dewan penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta

Pada Hari Jumat tanggal : 11 September 2015

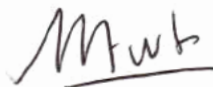
Dewan Penguji

1. Nama : Dyah Retno Pratiwi, S.Sos, M.I.Kom
NIDN : 0616068502



Mengetahui

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Rahmat Wisudawanto, S.S, M.Hum
NIDN. 0628108301

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Manajemen



Paramastu Titis A. S. Sos, M.I.Kom
NIDN. 0620128302
BISNIS DAN KOMUNIKASI

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap” (QS. Al-Insyirah,6-8)

”Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri” (Al-Ankabut,6)

“Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah dilaksanakan/diperbuatnya” (Ali Bin Abi Thalib)

“Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia” (Nelson Mandela)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Manajemen. Skripsi ini berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN MEDIA DAN MODEL KOMUNIKASI YANG DI TERAPKAN DI WEBSITE BATIK PUTRA LAWEYAN”**. dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Selama dalam penyelesaian skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari dorongan dan dukungan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan sekaligus ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Kohar Sulistiyadi, MSIE selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
2. Bapak H. Hartanto S.H., M.Hum, selaku Wakil Rektor II Universitas Sahid Surakarta
3. Ibu Sri Huning Anwariningsih, S.T., M.Kom, selaku Wakil Rektor III Universitas Sahid Surakarta.
4. Ibu Paramastu Titis Anggitya S.Sos, M.I.Ikom, selaku Dekan Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Chatia Hastasari, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

6. Bapak Rahmat Wisudawanto, S.S, M.Hum selaku pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan sabar dalam membimbing untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Chatia Hastasari, S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan sabar dalam membimbing untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Muhammad Aziz Fahthoni selaku Bagian Promosi di Batik Putra Laweyan yang telah memberikan waktunya untuk peneliti melakukan penelitian.
9. Kedua orang tua, kakak, dan adik yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2010 yang selalu memberikan semangat dan dukungan pada penulis.
11. Sahabat senasib dan seperjuangan Raka, Nunik, Putri, Dyah yang selalu memberikan semangat penulis untuk segera menyelesaikan skripsi, sukses untuk kita semua kawan.
12. Seseorang yang selalu memberikan *support* penulis terima kasih atas perhatian dan kasih sayangnya selama ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak berkepentingan . penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan dari isi materi maupun sistematika penelitian. Maka kritik dan saran dari semua pihak sangat saya butuhkan dan berharga bagi penulis demi kesempurnaan kualitas skripsi ini.

Surakarta, 4 September 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1 . Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	7
2.2. Komunikasi	9
2.3. Proses Komunikasi	10
2.4. Teori Media	13
2.4.1. Pendekatan Interaksi Sosial	13
2.4.2. Pendekatan Integrasi Sosial	13
2.5. Komunikasi Pemasaran	14

2.6.	Teori <i>Uses and Gratification</i>	16
2.7.	Khalayak Aktif	17
2.8.	Kerangka Pemikiran	19

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Jenis Penelitian	21
3.2.	Lokasi Penelitian	22
3.3.	Sumber Data dan Data	22
3.3.1.	Sumber Data	22
3.3.2.	Sumber Primer	22
3.3.3.	Data Sekunder	23
3.4.	Teknik Pengambilan <i>Sample</i>	23
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	23
	1. Observasi	24
	2. Wawancara	24
	3. Dokumentasi	24
3.6.	Validitas Data	25
	1. Triangulasi Sumber	25
	2. Triangulasi Metode	25
3.7.	Teknik Analisis Data	26

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1.	Deskripsi Lokasi Penelitian	29
4.1.1.	Sejarah Batik Putra Laweyan	29
4.1.2.	Visi dan Misi	38
4.1.3.	Struktur Organisasi	39
4.2.	Analisis	40
4.2.1.	Hasil Analisis Data <i>Teori Uses and Gratification</i>	40
4.2.1.1.	Aspek Kognitif	40

4.2.1.2.	Aspek Afektif	44
4.2.1.3.	Aspek Integrasi Personal	50
4.2.1.4.	Aspek Integrasi Sosial	52
4.2.2.	Hasil Analisis Teori Komunikasi Pemasaran	55
4.2.2.1.	Sumber Informasi	55
4.2.2.2.	Kode	56
4.2.2.3.	Pesan	60
4.2.2.4.	Media	64
4.2.2.4.	Penguraian Kode	66
4.2.2.5.	Penerima	68
4.2.2.6.	Umpan Balik	69
4.3.	Pembahasan	73
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
5.1.	Kesimpulan	76
5.2.	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1. WEBSITE BATIK PUTRA LAWEYAN	4
GAMBAR 1.2. <i>ONLINE STORE</i> BATIK PUTRA LAWEYAN	5
GAMBAR 2.1. BAGAN PROSES KOMUNIKASI	10
GAMBAR 2.2. IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN	14
GAMBAR 2.3. KERANGKA PEMIKIRAN	19
GAMBAR 3.1. SKEMA ANALISIS DATA INTERAKTIF	26
GAMBAR 4.1. FOTO TOKO BATIK PUTRA LAWEYAN	31
GAMBAR 4.2. FOTO <i>CAFE SHOP</i> BATIK PUTRA LAWEYAN	32
GAMBAR 4.3. FOTO <i>SHOWROOM</i> BATIK PUTRA LAWEYAN	32
GAMBAR 4.4. FOTO PRODUK-PRODUK BATIK PUTRA LAWEYAN	33
GAMBAR 4.5. FOTO TEMPAT PRODUKSI BATIK	34
GAMBAR 4.6. FOTO PROSES PRODUKSI BATIK TULIS	35
GAMBAR 4.7. FOTO PROSES PRODUKSI BATIK CAP	36
GAMBAR 4.8. FOTO PROSES PEWARNAAN KAIN	37
GAMBAR 4.9. LOGO BATIK PUTRA LAWEYAN	38
GAMBAR 4.10. STRUKTUR ORGANISASI	39
GAMBAR 4.11. WEBSITE INDUK	40
GAMBAR 4.12. ARTIKEL PENEGUHAN PENGETAHUAN	41
GAMBAR 4.13. POSTINGAN PRODUK	43
GAMBAR 4.14. <i>LINK</i> MEDIA SOSIAL	45
GAMBAR 4.15. <i>SCREEN CAPTURE</i> 1 KONSUMEN	46
GAMBAR 4.16. <i>SCREEN CAPTURE</i> 2 KONSUMEN	47
GAMBAR 4.17. <i>SCREEN CAPTURE</i> 3 KONSUMEN	48
GAMBAR 4.18. <i>SCREEN CAPTURE</i> ALAMAT DAN KONTAK	51
GAMBAR 4.19. <i>SCREEN CAPTURE</i> KONTAK PERSON	53

GAMBAR 4.20. <i>SCREEN CAPTURE LIVE CHAT</i>	53
GAMBAR 4.21. IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN	55
GAMBAR 4.22. <i>SCREEN CAPTURE KODE DI WEBSITE</i>	56
GAMBAR 4.23. <i>SCREEN CAPTURE HASTAG PADA WEBSITE</i>	57
GAMBAR 4.24. <i>SCREEN CAPTURE 1 PROMO</i>	57
GAMBAR 4.25. <i>SCREEN CAPTURE 2 PROMO</i>	58
GAMBAR 4.26. <i>SCREEN CAPTURE DISKON PEMBELIAN</i>	59
GAMBAR 4.27. <i>SCREEN CAPTURE ONLINE STORE</i>	61
GAMBAR 4.28. <i>SCREEN CAPTURE 1 WEBSITE TERDAPAT LOGO</i>	62
GAMBAR 4.29. <i>SCREEN CAPTURE 2 WEBSITE TERDAPAT LOGO</i>	62
GAMBAR 4.30. <i>SCREEN CAPTURE CAPTION FOTO</i>	63
GAMBAR 4.31. <i>SCREEN CAPTURE WEBSITE</i>	64
GAMBAR 4.32. <i>SCREEN CAPTURE MEDIA ONLINE STORE</i>	65
GAMBAR 4.33. <i>SCREEN CAPTURE AKUN FACEBOOK</i>	65
GAMBAR 4.34. <i>SCREEN CAPTURE AKUN TWITTER</i>	66
GAMBAR 4.35. <i>SCREEN CAPTURE VISUAL POSTINGAN PRODUK</i>	67
GAMBAR 4.36. <i>SCREEN CAPTURE PANEL SEARCH ENGINE</i>	68
GAMBAR 4.37. <i>SCREEN CAPTURE JENDELA CART</i>	68
GAMBAR 4.38. <i>SCREEN CAPTURE KONTAK WEBSITE</i>	69
GAMBAR 4.39. <i>SCREEN CAPTURE INTERAKSI KONSUMEN</i>	70
GAMBAR 4.40. INTERAKSI KONSUMEN DENGAN <i>ONLINE SELLER 1.</i>	71
GAMBAR 4.41. INTERAKSI KONSUMEN DENGAN <i>ONLINE SELLER 2.</i>	72
GAMBAR 4.42. PEMBERIAN TESTIMONI	72
GAMBAR 4.43. <i>LIVE CHAT</i>	73

DAFTAR TABEL

TABEL. 4.1. Hubungan antara faktor pemilihan website dengan model komunikasi pemasaran	73
--	----



ABSTRAK

SEPTIAN ARIFF KUSUMA WARDANA. 2010071022. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MEDIA DAN MODEL KOMUNIKASI YANG DI TERAPKAN DI WEBSITE BATIK PUTRA LAWEYAN. PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI. FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN MANAJEMEN. UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA. 2015. Penjualan *online* saat ini telah banyak diminati oleh khalayak terutama dalam dunia bisnis. Karena promosi dalam media *online* bersifat fleksibel serta lebih efisien waktu. Komunikasi yang digunakan dalam berpromosi melalui media online memang secara tidak langsung bertatap muka. Banyaknya dunia bisnis saat ini melakukan kegiatan berpromosi melalui media online dengan faktor-faktor tertentu.

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan faktor-faktor apa yang menentukan Batik Putra Laweyan dalam memilih *website* sebagai media promosi dan menjelaskan model komunikasi pemasaran *online store* pada *website* di Batik Putra Laweyan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen (*Capture Picture*) dan wawancara kepada salah satu karyawan di bagian promosi Batik Putra Laweyan. Penelitian menggunakan teori *uses and gratification*, serta teori model komunikasi pemasaran Warren J. Keegan (2010) dan teori Katz, Blumer & Gurevitch (2011) dalam analisis datanya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan berpromosi melalui media *online* di Batik Putra Laweyan terdapat empat faktor berdasarkan teori kegunaan dan gratifikasi, faktor-faktor tersebut yaitu kognitif, afektif, aspek Integrasi personal dan aspek Integrasi sosial. Pada sistem *online store* juga terdapat beberapa tahapan model komunikasi pemasaran, Model komunikasi pemasaran *online store* pada *website* Batik Putra Laweyan tersebut yaitu sumber Informasi, kode, pesan, media, penguraian kode, umpan balik.

Kata kunci : *Website, Online store, Komunikasi pemasaran.*

ABSTRACT

ARIF SEPTIAN KUSUMA WARDANA. 2010071022. FACTORS AFFECTING THE MEDIA AND COMMUNICATIONS MODEL APPLY IN THE WEBSITE OF BATIK PUTRA LAWEYAN. COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM. FACULTY OF COMMUNICATION AND MANAGEMENT. UNIVERSITY SAHID SURAKARTA. 2015. While online sales has been much in demand by audiences, especially in the business world. Due to the promotion of the online media is flexible and more efficient time. Communication used in the promotion of online media does not directly face to face basis. Many of today's business world activities promoted by online media with certain factors.

The purpose of this research was to describe the factors that determine Batik Putra Laweyan in choosing a website as a media promotion and explain the marketing communication models online store on the website at Batik Putra Laweyan.

This research used qualitative methods. The data used in this research is a document (Capture Picture) and interview to one of the employees at the Putra Batik Laweyan. The research using uses and gratification theory, and the theory of marketing communication models Warren J. Keegan (2010) and the theory of Katz, Blumer & Gurevitch (2011) in the data analysis.

The results showed that the activities promoted through online media in Batik Putra Laweyan there are four factors based on uses and gratification theory, these factors are cognitive, affective, personal integration aspects and aspects of social integration. In the online store system also has several phases model of marketing communication, marketing communication models online store on the website of the Batik Putra Laweyan as a source of information, code, message, media, decoding, feedback.

Keyword : Website, Online store, Marketing Communication