

## ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha pada saat ini semakin pesat, hal ini ditandai dengan adanya berbagai macam produk yang ditawarkan oleh banyak produsen di pasar. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk bekerja secara lebih efektif dan efisien. Di samping itu perusahaan juga perlu untuk memperhatikan strategi komunikasi pemasaran dalam memproduksi dan memasarkan produknya. Untuk menunjang sukses atau tidaknya suatu usaha yang sedang dijalankan tentu saja diperlukan suatu pemasaran atau komunikasi pemasaran dan perencanaan yang baik.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis mengambil judul “Studi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Batik “SIDOMULYO” Di Solo.

Adapun alasan peneliti memilih topik penelitian tentang komunikasi pemasaran adalah produk batik itu merupakan kategori produk khusus yang dimana strategi dan komunikasi pemasarannya berbeda. Kegiatan pemasaran bukanlah hal yang mudah dan boleh dilakukan dengan asal-asalan saja, tetapi sebuah perusahaan harus benar memikirkan dan merencanakan secara matang aktivitas pemasaran yang hendak dilakukan agar dapat meraih hasil yang dicita-citakan.

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai komunikasi pemasaran yang digunakan, pesan komunikasi yang dilakukan, sasaran komunikasinya, waktu penggunaannya dan mengetahui komunikasi pesaing terdekatnya.

Teknik Pengumpulan data dengan melalui observasi langsung, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis data yang digunakan adalah analisis diskriptif kualitatif

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah bahwa komunikasi pemasaran batik sidomulyo menggunakan strategi komunikasi pemasaran terpadu atau *Integrated Marketing Communication*, alat komunikasi pemasaran yang paling efektif dan efisien adalah *personal selling* ( melalui sales ) dan Promosi penjualan (pameran) disamping periklanan, publisitas, *PR* dan pemasaran langsung. sasaran komunikasi pemasaran adalah anak-anak, remaja sampai orang tua dan pesan komunikasi pemasaran yang ditunjukkan adalah selalu mengikuti mode (kreatif dan inovatif) dengan tidak meniru, memberikan kualitas yang baik dan harga yang relatif murah.

Saran yang diberikan adalah Diharapkan untuk batik sidomulyo dan semuanya harus selalu mengintegrasikan seluruh alat komunikasi pemasarannya dengan pesan komunikasi yang akan disampaikan, selalu menjaga komunikasi itu dan mempunyai anggaran untuk biaya iklan ataupun alat-alat komunikasi lainnya.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran Terpadu atau *Integrated Marketing Communication*