

**PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK
KERAJINAN SONGKET WARNA ALAM KHAS OGAN ILIR
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN
(Studi Deskriptif Kualitatif di Kampoeng Tenun Ogan Ilir Desa
Muara Penimbung)**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan Mencapai derajat Sarjana Strata 1
(S1) Ilmu Komunikasi

Kosentrasi : Penyiaran (Broadcasting)



Disusun Oleh :

Raka Pratawijaya

07031281722048

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**“Proses Komunikasi Pemasaran Produk Kerajinan Songket Warna Alam
Khas Ogan Ilir Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen.”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi**

Oleh :

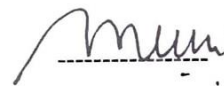
Raka Pratawijaya

07031281722048

Pembimbing I

1. Mery Yanti, S.Sos., MA
NIP.197705042000122001

Tanda Tangan

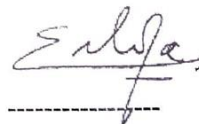


Tanggal

10/6 2021

Pembimbing II

2. Erlisa Saraswati, S.KPm., M.Sc
NIP. 199209132019032015

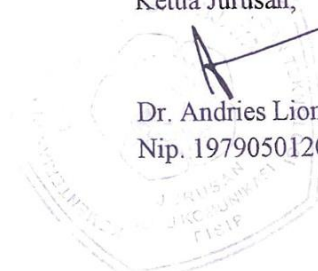


13-06-2021

Mengetahui,
Ketua Jurusan,

16/6-21

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
Nip. 197905012002121005



HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF
**PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK KERAJINAN
SONGKET WARNA ALAM KHAS OGAN ILIR DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN**
(Studi Deskriptif Kualitatif di Kampong Tenun Ogan Ilir Desa Muara
Penimbang)

Skripsi
Oleh :

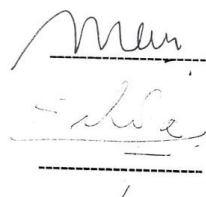
Raka Pratawijaya
07031281722048

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 29 Juni 2021

Pembimbing :

1. Mery Yanti, S.Sos., MA
NIP : 197705042000122001
2. Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP : 199209132019032015

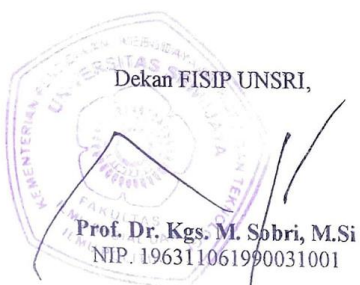
Tanda Tangan



Penguji :

1. Oemar Madri Bafadhal, S.I. Kom., M.Si
NIP : 199208222018031001
2. Krisna Murti, S.I.Kom., MA
NIP : 198807252019031010

Tanda Tangan



Dekan FISIP UNSRI,
Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001

Mengetahui,



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Raka Pratawijaya
NIM : 07031281722048
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 25 November 1997
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Broadcasting
Judul Skripsi : Proses Komunikasi Pemasaran Produk Kerajinan Songket Warna Alam Khas Ogan Ilir Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



Raka Pratawijaya
NIM. 07031281722048

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah, serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, sahabat seta para pengikutnya hingga akhir zaman. Penulisan proposal skripsi ini di ajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Penyiaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Proses Komunikasi Pemasaran Produk Kerajinan Songket Warna Alam Khas Ogan Ilir Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen”. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dalam senang hati akan menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, M.S.C.E selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si selaku Dekan beserta wakil dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.SI selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Mery Yanti, S.Sos., MA selaku pembimbing 1 yang selalu memberikan arahan, saran dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi.
5. Ibu Erlisa Saraswaty, S.Kpm., M.Sc selaku pembimbing II yang selalu memberikan arahan, saran dan motivasi selama penulis membuat proposal skripsi.
6. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si sebagai dosen penguji proposal skripsi saya yang bersedia membimbing saya dalam proses penyusunan proposal skripsi ini.

7. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., MA sebagai dosen penguji proposal skripsi saya yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta membimbing saya dalam penyusunan proposal skripsi ini.
8. Seluruh Dosen beserta Staf Fakultas maupun Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan bantuan selama proses penyusunan proposal skripsi ini.
9. Ibu Mardiyah selaku pengelola Rumah Produksi Songket di Kampoeng Tenun Ogan Ilir yang telah memberikan informasi beserta data-data.
10. Orang Tua saya tercinta Bapak Khairuddin dan Ibu Hayuning yang senantiasa selalu mendo'akan, memberi dukungan, baik materi maupun non materi serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi.
11. Saudara-saudara kandung saya yang tercinta, Mayang Sari dan Dina Mutiara, yang selalu memberi nasihat dan semangat serta memberikan materi sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
12. Pasangan tercinta Shafira Dona Aryudita yang selalu ada untuk memberikan semangat, serta memberikan bantuan materi maupun non materi.
13. Sahabat seperjuangan semasa kuliah di jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sriwijaya kampus Inderalaya angkatan 2017.
14. Sahabat kecil yang telah memberikan masukan mengenai teknik dalam pembuatan skripsi.
15. Sahabat satu pembimbing skripsi yang telah berkontribusi berupa materi maupun non materi selama proses pembuatan skripsi.
16. Sahabat organisasi yang selalu memberikan semangat serta arahan.

Semoga segala bantuan yang telah di berikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dalam penulisan proposal skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan dari berbagai aspek, mulai dari kualitas atau kuantitas dari materi penelitian yang di sajikan. Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini

masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis masih membutuhkan kritik beserta saran yang bersifat membangun untuk kemajuan Pendidikan di masa yang akan datang.

Indralaya, Februari 2021

Raka Pratawijaya

NIM. 07031281722048

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Ketika Kesiapan Bertemu Dengan Kesempatan, Itulah Yang Dinamakan Keberhasilan”

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- **Allah SWT beserta Nabi Muhammad SAW**
- **Kedua Orang Tuaku Ayah Khairuddin dan Ibu Hayuning**
- **Kedua Saudaraku Mayang Sari dan Dina Mutiara**
- **Pathner Terbaikku Shafira Dona Aryudita**
- **Kampus Universitas Sriwijaya**
- **Seluruh Dosen UNSRI**
- **Dosen Pembimbing Ibu Mery dan Ibu Erlisa**
- **Almamater Kebanggaanku**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Peneliti	6
1.4 Manfaat Peneliti	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Pengertian Proses	10
2.2.2 Marketing/Pemasaran	11
2.2.3 Communication/Komunikasi.....	11
2.2.4 Konsumen.....	12

2.3	Komunikasi Pemasaran.....	14
2.4	Teori Komunikasi Pemasaran	14
2.4.1	Teori menurut De Lozier	15
2.4.2	Teori menurut Kotler dan Armstrong.....	16
2.4.3	Teori menurut E. Schultz	16
2.4.4	Teori menurut Kotler Keller.....	17
2.4.5	Teori menurut Philip Kotler	17
2.5	Teori yang digunakan	17
2.6	Kerangka Teori	18
2.7	Kerangka Pemikiran.....	19
2.8	Alur Pemikiran.....	23

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	24
3.2	Definisi Konsep.....	25
3.2.1	Komunikasi Pemasaran	35
3.2.2	Konsumen.....	25
3.3	Fokus Penelitian	36
3.4	Unit Analisis.....	30
3.5	Informan	30
3.6	Sumber Data	31
3.6.1	Data Primer	31
3.6.2	Data Sekunder.....	31
3.7	Teknik Pengumpulan Data	31
3.7.1	Wawancara Mendalam	32
3.7.2	Observasi.....	32
3.7.3	Dokumentasi	32
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	32
3.9	Teknik Analisis Data	33

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Sejarah Songket	35
4.2 Perkembangan Songket di Sumatera Selatan.....	35
4.3 Profil Kampoeng Tenun Ogan Ilir	36
4.4 Jenis Songket yang di Pasarkan Kampoeng Tenun Ogan Ilir.....	41
4.5 Harga Songket yang di Pasarkan Kampoeng Tenun Ogan Ilir.....	43
4.6 Deskripsi Informan	44

BAB V

HASIL DAN ANALISIS

5.1 Periklanan	46
5.1.1 Melakukan Promosi di Media Sosial.....	46
5.1.2 Mengunggah Foto yang Menarik di Media Sosial.....	48
5.1.3 Kerjasama Dengan Perusahaan Media	51
5.2 Promosi Penjualan	56
5.2.1 Memberi Potongan Harga Untuk Lima Orang Pegunjung Pertama di Saat Kampoeng Tenun Ogan Ilir Sedang Mengikuti Event Besar Seperti Pameran.....	56
5.2.2 Memberi Diskon Apabila Membeli Lebih Dari Satu Produk.....	58
5.3 Hubungan Masyarakat	61
5.3.1 Membuat Postingan di Media Sosial Mengenai Proses Pembuatan Songket Warna Alam	61
5.3.2 Mencari Informasi yang Berkaitan dengan Kebutuhan Bisnis....	65
5.3.3 Mencantumkan Bukti Dokumentasi.....	66
5.3.4 Mengajak Media Untuk Kerjasama.....	69
5.4 Penjual Personal (<i>Personal Selling</i>).....	72
5.4.1 Mengikuti Pameran	73
5.4.2 Mengikuti Perlombaan Fashion Show	75
5.4.3 Mempersilahkan Pengunjung Datang ke Rumah Songket	77
5.5 Pemasaran Langsung	82
5.5.1 Menanggapi Apabila ada Pesan Masuk di Media Sosial.....	82

5.5.2 Mencantumkan Alamat dan Nomor Telepon di Media Sosial.....	84
5.6 Analisis Proses Komunikasi Kampoeng Tenun Ogan Ilir	88
5.7 Jumlah Penjualan Kain Songket	89
BAB VI	
PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	90
6.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN.....	xix

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Foto Gerbang Utama Kampoeng Tenun Ogan Ilir	39
Gambar 4.2 : Pusat Sentra Pembuatan Songket Warna Alam	40
Gambar 4.3 : Lokasi Cabang Outlet	41
Gambar 5.1 : Unggahan Instagram Galeri Songket Warna Alam	48
Gambar 5.2 : Unggahan Facebook Galeri Songket Warna Alam.....	59
Gambar 5.3 : Unggahan Facebook Galeri Songket Warna Alam.....	50
Gambar 5.4 : Unggahan di Berita Online	52
Gambar 5.5 : Dokumentasi Dengan Pembeli	57
Gambar 5.6 : Dokumentasi Dengan Pembeli.....	59
Gambar 5.7 : Unggahan Ketika Proses Pembuatan Bahan Pewarna	62
Gambar 5.8 : Unggahan Ketika Proses Pencelupan Warna Kain	68
Gambar 5.9 : Unggahan Facebook Ketika Proses Penjemuran Kain.....	68
Gambar 5.10: Unggahan Facebook Galeri Songket Warna Alam.....	67
Gambar 5.11: Unggahan Facebook Galeri Songket Warna Alam	73
Gambar 5.12: Dokumentasi Ketika Mengikuti Pameran Tingkat Nasional	74
Gambar 5.13: Dokumentasi Saat Mengikuti Pameran Tingkat Internasional	74
Gambar 5.14: Dokumentasi Pada Saat Mengikuti Lomba Fashion Show	76
Gambar 5.15: Foto Kunjungan Bapak SBY	78
Gambar 5.16: Foto Kunjunga Bupati Ogan Ilir Bersama Istri.....	79
Gambar 5.17: Foto Kunjungan Direktur BRI	79
Gambar 5.18: Foto Kunjungan Ibu Persit Kodim OKI-OI	80
Gambar 5.19: Unggahan Facebook Galeri Songket Warna Alam	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Rumah Songket di Ogan Ilir.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	26
Tabel 4.1 Daftar Harga Songket di Kampoeng Tenun Ogan Ilir	43
Tabel 5.1 Analisis data Periklanan.....	53
Tabel 5.2 Analisis data Promosi Penjualan.....	60
Tabel 5.3 Analisis data Hubungan Masyarakat	70
Tabel 5.4 Analisis Data Pejualan Personal	80
Tabel 5.5 Analisis Data Pemasaran Langsung.....	86
Tabel 5.6 Rekapitulasi Hasil Penelitian	87
Tabel 5.7 Jumlah Kain Songket Yang Terjual.....	89

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Pemikiran.....	23
-------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan Penyusunan Skripsi.

Lampiran 2 Daftar Bimbingan Skripsi.

Lampiran 3 Lembar Hasil Plagiat.

Lampiran 4 Pedoman Wawancara.

Lampiran 5 Transkrip Wawancara Pengelola Kampoeng Tenun Ogan Ilir.

Lampiran 6 Transkrip Wawancara Kepala Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Ogan Ilir.

Lampiran 7 Transkrip Wawancara Pengguna atau Pembeli Kain Songket dari Kampoeng Tenun Ogan Ilir.

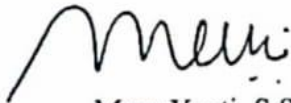
Lampiran 8 Dokumentasi.

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah **Proses Komunikasi Pemasaran Produk Kerajinan Songket Warna Alam Khas Ogan Ilir Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen (Studi Deskriptif Kualitatif di Kampoeng Tenun Ogan Ilir Desa Muara Penimbung)**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi pemasaran yang dilakukan Kampoeng Tenun Ogan Ilir. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori menurut Kotler dan Armstrong yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjual personal dan pemasaran langsung. Penelitian ini menggali data dan informasi melalui wawancara dengan informan yang berjumlah 3 orang yaitu Pengelola Kampoeng Tenun Ogan Ilir dan Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Ogan Ilir yang dijadikan sebagai key informan, lalu informan pendukungnya yaitu pembeli atau pengguna songket dari Kampoeng Tenun Ogan Ilir. Maka dari itu hasil penelitian yang telah didapatkan menunjukkan bahwa proses Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Kampoeng Tenun Ogan Ilir sesuai dengan hasil pengamatan dalam teori yang digunakan. Karena mereka telah melakukan pemasaran menggunakan dua cara yaitu yang pertama menggunakan media sosial dan non media seperti mengikuti pameran, mengikuti lomba fashion show dan membuat rumah produksi.

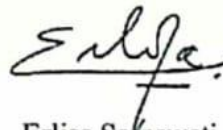
Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Konsumen

Pembimbing I



Mery Yanti, S.Sos., MA
NIP : 197705042000122001

Pembimbing II



Erlisa Safaswati, S.KPM., M.Sc
NIP : 199209132019032015

Indralaya, April 2021

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



Dr Andries Lionardo, S.I.p, M.Si

NIP . 197905012002121005

ABSTRAC

*The title of this research is the **Marketing Communication Process of OganIlir's Typical Natural Color Songket Craft Product in Increasing the Number of Consumers (Qualitative Descriptive Study in KampoengTenunOganIlir, Muara Penimbung Village)**. This research aims to determine how the marketing communication process carried out by KampoengTenunOganIlir. This study uses a qualitative method. According to Kotler and Armstrong, this research uses the theory, namely advertising, sales promotion, public relations, personal selling, and direct marketing. This study explores data and information through interviews with three informants, namely the manager of Kampoeng Tenun Ogan Ilir and the Head of the OganIlir Regency Tourism Office, who are used as key informants. The supporting informants are buyers or songket users from KampoengTenunOganIlir. Therefore, the results of research that have been shown show that the marketing communication process carried out by KampoengTenunOganIlir is following the observations in theory used. Because they have done marketing using two ways: social media and non-media, such as participating in exhibitions, participating in fashion show competitions, and building production houses.*

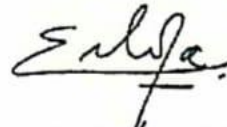
Keywords: Marketing Communication, Consumers

Pembimbing I



Mery Yanti, S.Sos., MA
NIP : 197705042000122001

Pembimbing II



Erlisa Saraswati, S.KPM., M.Sc
NIP : 199209132019032015

Indralaya, April 2021

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



Dr Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP . 197905012002121005

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ogan Ilir merupakan Kabupaten yang berada di lintas timur Sumatera dan pusat pemerintahannya terletak sekitar 35 km dari Kota Palembang. Kabupaten ini sendiri memiliki luas wilayah sekitar 2.382,48 kilometer. Daerah ini secara sumber daya alam tidak memiliki kekayaan alam seperti pegunungan, lautan, bahkan tidak memiliki induk sungai. Maka dari itu jika di lihat dari segi pariwisata, Ogan Ilir tidak memiliki objek wisata alam, padahal pariwisata dapat di katakan sebagai industri yang memiliki cukup banyak keuntungan bagi perekonomian masyarakatnya, apalagi jika daerah tersebut semakin banyak di jumpai oleh wisatawan. Namun hal ini tidak menjadi suatu halangan bagi pemerintah dan masyarakat Ogan Ilir untuk membangun perkembangan dalam sektor pariwisata dan sektor perekonomian masyarakat.

Pada tahun 2010, Pemerintah Kabupaten Ogan Ilir, BNI serta Citra Tenun Indonesia (CTI) membangun suatu perencanaan program kemitraan yang bertujuan untuk membangkitkan perekonomian masyarakat Ogan Ilir. Salah satu program kemitraan yang berhasil di bangun di Ogan Ilir yaitu program seni kerajinan songket. Tanggal 11 februari 2010 Menteri Koordinator Perekonomian Republik Indonesia yaitu Bapak Ir. M. Hatta Rajasa telah meresmikan rumah produksi songket yang bernama Kampoeng Tenun Ogan Ilir beralamat di Desa Muara Penimbang. Tujuannya adalah untuk di gunakan sebagai pusat produksi songket mulai dari tahap pembuatan sampai ke tahap penjualan (Sumber : Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni : 2014).

Semenjak di resmikan Kampoeng Tenun Ogan Ilir, Desa Muara Penimbang resmi digunakan sebagai lokasi proses pembuatan songket. Produk dari Kampoeng Tenun Ogan Ilir sekarang sudah makin di kenal di berbagai daerah, bahkan hampir di seluruh nusantara. Apalagi produk songket yang berasal dari daerah ini memiliki keunggulan dan ciri khas tersendiri. Menilik sejarah panjang songket Palembang, tidak mengherankan jika kini pengrajin kain songket masih berkembang di Sumatera Selatan, apalagi saat ini sudah banyak

mitra yang ingin kerjasama dengan pengrajin songket. Selain memberikan bantuan dana, pengrajin pun di beri pelatihan untuk membuat beraneka macam motif, sehingga pengrajin mendapatkan inovasi untuk membuat motif terbaru. Untuk masalah harga, songket dari daerah ini masih terbilang cukup terjangkau. Oleh karena itu harga songket di sini bergantung dengan tingkat kerumitan serta lama nya proses pembuatan songket tersebut.

Selain mayoritas masyarakatnya sebagai pengrajin tenun songket, desa ini juga memiliki suasana yang masih alami, bersih, serta masih aman dari ancaman polusi udara, pengunjung yang datang ke desa ini juga di persilahkan untuk melihat secara langsung proses pembuatan songket yang di buat oleh pengrajin, bahkan bisa langsung belajar tenun yang di lakukan oleh masyarakat Desa Muara Penimbang seperti menenun songket khas Desa tersebut. Walaupun produk dari Kampong Tenun Ogan ilir ini memiliki kelebihan tersendiri. Namun, Strategi Komunikasi Pemasaran masih harus di lakukan dengan sebaik mungkin. Apalagi keberadaan Kampong Tenun Ogan Ilir ini lumayan jauh dari pusat keramaian dan pusat kota, di tambah lagi persaingan produk songket yang cukup banyak, bila dipromosikan dengan memakai kegiatan promosi yang tepat, maka produk songket khas Ogan Ilir ini mampu menjual di pasar Nasional maupun pasar Internasional.

Hubungan antara pemasaran dengan komunikasi pemasaran cukup terbilang sangat berkaitan. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Sedangkan pemasaran merupakan kegiatan presentasi kepada komunikan agar bisa mengetahui hal apa saja yang sedang kita tawarkan. Dengan tujuan agar bisa menarik minat komunikan untuk tertarik dengan produk yang telah di presentasikan atau di tawarkan.

Komunikasi Pemasaran merupakan suatu proses yang dilakukan dalam sebuah penyampaian informasi antara penjual dan pembeli dengan menggunakan teknik komunikasi yang tepat agar terjadinya peningkatan dalam sebuah pemasaran suatu poduk. Selain menggunakan teknik komunikasi yang tepat, pemilihan media juga dapat mempengaruhi suatu proses pemasaran.

Pesatnya persaingan dalam sebuah bisnis, membuat pengusaha maupun pengrajin untuk selalu berinovatif secara terus menerus. Mulai dari melakukan pemasaran secara efektif, mamperbanyak varian yang di hasilkan sampai memikirkan harga yang akan di tawarkan. Dalam sebuah bisnis, varian produk dan harga yang di cantuman sangat berpengaruh kepada konsumen. Maka dari itu hal ini membuat pengelola bisnis dan usaha harus berfikir lebih serius dalam menghadapi persaingan yang sangat pesat ini.

Salah satu pengelola bisnis yang masih aktif yaitu Ibu Mardiyah. Beliau merupakan salah satu pengelola sekaligus pengrajin songket yang berasal dari Ogan Ilir Sumatera Selatan tepatnya di Kampoeng Tenun Ogan Ilir Desa Muara Penimbung. Kegiatan menenun songket merupakan salah satu budaya yang patut di lestarikan. Apalagi kegiatan tersebut telah menyangkut nilai kebudayaan yang telah di lakukan secara turun temurun. Ibu Mardiyah mengatakan :

“Untuk menghindari turunya nilai jual, Kampoeng Tenun yang ada Kabupaten Ogan Ilir ini menciptakan inovasi terbaru mengenai motif dan warna yang cukup beragam. Inovasi ini kami ciptakan agar peminat songket ini makin bertambah, bukan hanya kalangan ibu-ibu saja, namun anak muda pun tertarik dengan warna dan motif ini.”

(Wawancara: Tanggal 14 Desember 2020)

Adapun kelebihan utama dalam melakukan promosi yaitu bersifat membujuk konsumen agar tertarik dengan produk yang sedang di tawarkan. Maka dari itu tidak menutup kemungkinan Kampoeng Tenun Ogan Ilir harus melakukan pemasaran secara efektif untuk mempercepat penambahan konsumen terhadap produk yang akan di tawarkan.

Komunikasi Pemasaran memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis yang di lakukan seseorang. Hal ini berperan sebagai pendorong atau perangsang yang dilakukan pelaku bisnis kepada calon konsumen agar tertarik dengan barang yang akan di pasarkan.

Dalam Penelitian ini hanya fokus membahas tentang “PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK KERAJINAN SONGKET WARNA

ALAM KHAS OGAN ILIR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN”. Maka dari itu hal ini ada beberapa alasan penulis untuk mengangkat judul ini yaitu sebagai berikut :

1. Kampoeng Tenun Ogan Ilir Aktif di Media maupun Non Media Dalam Melakukan Pemasaran.

Kampoeng Tenun Ogan Ilir telah melakukan pemasaran menggunakan media. Jenis media yang di gunakan yaitu media siber, salah satunya adalah media sosial. Selain melakukan pemasaran melalui media, Kampoeng Tenun Ogan Ilir juga melakukan pemasaran melalui non media. Dengan menggunakan strategi seperti ini. Maka, tidak menutup kemungkinan produk dari Kampoeng Tenun Ogan Ilir ini makin di kenal masyarakat (Sumber : Tribun Sumsel.com : 2 April 2020).

2. Kampoeng Tenun Ogan Ilir Memiliki Strategi Tersendiri Dalam Proses Pemasaran Songket.

Tidak menutup kemungkinan Kampoeng Tenun Ogan Ilir ini sering mendapatkan penghargaan dan apresiasi. Selain memiliki strategi pemasaran, kain dari Kampoeng Tenun Ogan Ilir ini memiliki ciri khas pada motif dan warna tersendiri. Bahkan, stand yang di gunakan pada saat pameran pun di rancang sedemikian rupa agar pengunjung lebih tertarik untuk mampir dan membeli kain tersebut (Sumber : Ibu Mardiyah : 14 Desember 2020).

Tabel 1.1 Data Rumah Songket di Ogan Ilir

	Nama Profil Usaha	Harga Jual	Jumlah Penjualan Dalam Satu Bulan
1	Kampoeng Tenun Ogan Ilir (Desa Muara Penimbung)	Rp 1 juta - Rp 8.5 juta	10 -200 kain
2	Elita Songket	Rp 500 ribu - Rp 5 juta	250 - 500 kain
3	Songket Tanjung Pinang	Rp 500 ribu - Rp 2.5 juta	5 - 100 kain

Sumber : Hasil kelolah peneliti (25 Februari 2021)

3. Kampoeng Tenun Songket Ogan Ilir Tetap Bertahan dan Memiliki Pembeli Serta Pengunjung Walaupun Daya Saing Semakin Meningkat.

Daerah Ogan Ilir memiliki tiga rumah produksi songket yang lumayan besar. Di antaranya yaitu, Kampoeng Tenun Ogan Ilir, Elita Songket, dan Songket Tanjung Pinang. Dari penjabaran di atas, Kampoeng Tenun Ogan Ilir memiliki strategi pemasaran yang khusus serta memiliki produk andalan yaitu menghasilkan warna alam yang lebih doff dan elegan. Warnanya tersebut di ambil memang dari alam. Dari penjelasan singkat di atas tergambar bahwa Kampoeng Tenun Ogan Ilir ini merupakan salah satu pusat kerajinan songket yang ada di Desa Muara Penimbung Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Keberhasilan dalam proses pemasaran Songket Warna Alam khas Kampoeng Tenun Ogan Ilir ini membuat peneliti ingin mengetahui strategi yang di gunakan. Maka dari itu penulis akan meneliti lebih dalam tentang proses Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh pengelola Kampoeng Tenun Ogan Ilir di Desa Muara Penimbung Sumatera Selatan. Lalu, penulis mengangkatnya menjadi skripsi berjudul :

“Proses Komunikasi Pemasaran Produk Kerajinan Songket Warna Alam Khas Ogan Ilir Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen (Studi Deskriptif Kualitatif di Kampoeng Tenun Ogan Ilir Desa Muara Penimbung)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan di bagian sebelumnya, maka adapun rumusan masalah yang dapat di tarik dalam penelitian ini adalah Bagaimana Proses Komunikasi Pemasaran Produk Kerajinan Songket Warna Alam Khas Ogan Ilir Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Ditinjau dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui Proses Komunikasi Pemasaran Produk Kerajinan Songket Warna Alam Khas Ogan Ilir Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya, dan juga penulis berharap agar pembaca dapat mempelajari lebih dalam mengenai komunikasi pemasaran khususnya kegiatan dalam pemasaran, agar mendapatkan wawasan yang lebih luas bagi penulis dan pembaca.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Instansi

Penulis berharap penelitian ini bisa bermanfaat bagi pengelola Kampoeng Tenun Ogan Ilir Desa Muara Penimbung. Terutama dalam melakukan Komunikasi Pemasaran untuk mempromosikan Kain Songket Warna Alam Khas

Ogan Ilir. Sehingga penelitian ini bisa di jadikan bahan informasi dan masukan bagi penulis dan pembaca.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi penulis terutama untuk berfikir secara ilmiah selama melakukan penelitian, dan juga menerapkan ilmu pengetahuan yang telah di dapat selama menempuh pendidikan di bidang broadcasting atau penyiaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prehalindo.
- Amstrong dan Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran , Edisi 9*. Jakarta : PT Indeks Gramedia.
- Bunginn, B. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Belch. 2009. *Sasaran Promosi*. Jakarta : PT Ercontara Rajawali.
- Hendro. 2011. *Dasar-dasar kewirausahaan*, Jakarta : Erlangga.
- Kennedy, Jhon dan R. Dermaan Soemangara. 2006. *Marketing Communication: Taktik dan Strategi*, Jakarta : PT Buana Ilmu Populer.
- Kristiyanti, C. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Sinar Grafik.
- Kotlet, P. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat.
- Moelong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mulyana, D. 2006. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran : Strategi dan Taktik*, Bogor : Grahalia Indonesia.
- Pujileksono, S . 2005. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Malang : Intrans Publishing.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*, Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta.
- Soefijanto, Totok, A. 2012. *Integretad Marketing Communication : Marketing Komunikasi di Indonesia*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategi Top Brand Indonesia*, Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan* . Bandung: Alfabeta.
- Setiadi, J. Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen* : Konsep dan Implikasi untuk *Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono. 2017. *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta : Andi (Anggota IKAPI).
- Wijayanti, T. 2012. *Managing Marketing Plan : Teori dan Praktek*, Jakarta : Exelmedia.
- Windu Aji, V dan Triyanto, S . 2014. *Ekspresi Seni : Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Karya Seni vol 16*.

Internet :

- <https://aksaragama.com/pemasaran/komunikasi-pemasaran/> (Diakses pada 5 februari 2021)
- <https://gpswisataindonesia.info/kain-tenun-songket-indralaya-ogan-ilir-sumatera-selatan/> (Diakses pada 3 maret 2021)
- <https://www.medcom.id/foto/ekonomi/3NO0z7Xb-kampung-bni-tenun-songket> (Diakses pada 3 maret 2021)
- <https://www.antarafoto.com/mudik/v1496906705/kampoeng-bni-tenun-songket> (Diakses pada 5 maret 2021)
- <https://indonesiakaya.com/pustaka-indonesia/menilik-keindahan-kain-songket-palembang-yang-tersohor/>