

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* BATIK ESRI KEDIRI  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

**SKRIPSI**



**OLEH  
SHELY RETNO ANGGRAINI  
NIM. 933510619**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI  
2023**

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* BATIK ESRI KEDIRI DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
dalam menyelesaikan program Sarjana

**Oleh**

**Shely Retno Anggraini  
933510619**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI  
2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Shely Retno Anggraini ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Kediri, 16 Mei 2023

Pembimbing I

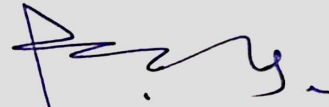


(Dr. M. Qomarul Huda, M.Fil.I)

NIP.196902171999031001

Kediri, 16 Mei 2023

Pembimbing II



(Dr. Ropingi, M.Pd)

NIP.197206261999031002

## NOTA DINAS

Nomor :

Kediri, 16 Mei 2023

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada

Yth, Bapak Dekan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel 07 – Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Rektor untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa yang ada di bawah ini:

Nama : SHELY RETNO ANGGRAINI

NIM : 9335.106.19

Judul : STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* BATIK ESRI  
KEDIRI DALAM MENINGKATKAN *BRAND  
AWARENESS*

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian nota dinas ini dibuat, mohon dimaklumi dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

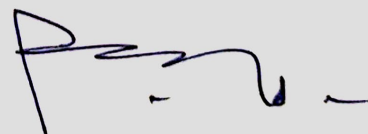
Pembimbing I



**Dr. Qomarul Huda, M.Fil.I**

NIP. .196902171999031001

Pembimbing II



**Dr. Ropingi, M.Pd**

NIP.197206261999031002

## HALAMAN PENGESAHAN

### STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* BATIK ESRI KEDIRI DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

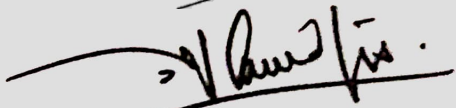
SHELY RETNO ANGGRAINI  
9335.106.19

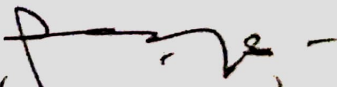
Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
pada tanggal Juni 2023

Tim Penguji,

1. Penguji Utama  
(**Dr. Sardjuningsih, M.Ag**)  
NIP. 196004201987032002
2. Penguji I  
(**Dr. Qomarul Huda, M.Fil.I**)  
NIP. 196902171999031001
3. Penguji II  
(**Dr. Ropingi, M.Pd**)  
NIP.197206261999031002

  
(.....)

  
(.....)

  
(.....)

Kediri, Juni 2023  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



(**Dr. A. Halil Thahir, M.HI**)  
NIP. 197111212005011006

## HALAMAN MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya.”*

*~Q.S: Al Baqarah 286~*

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shely Retno Anggraini  
NIM : 933510619  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau sepenuhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 16 Mei 2023

Yang membuat pernyataan



Shely Retno Anggraini

## ABSTRAK

SHELY RETNO ANGGRAINI, Dosen Pembimbing Dr. M. Qomarul Huda, M.Fil.I dan Dr. Ropingi, M.Pd, Strategi *Public Relations* Batik Esri Kediri Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, 2023.

Kata kunci: Strategi *Public Relations*, Batik Esri, *Brand Awareness*

Batik merupakan warisan budaya yang menjadi salah satu ikon Indonesia. Batik Esri merupakan batik pertama yang ada di Kediri dan juga salah satu industri batik yang ada di daerah Kediri, selain Batik Esri ada beberapa industri batik yang berkembang di Kediri. Oleh karena itu suatu perusahaan maupun industri harus menciptakan dan menjaga *brand* yang kuat di pandangan masyarakat. *Public relations* pada perusahaan atau industri penting untuk membangun suatu hubungan dengan publik dalam upaya meningkatkan *brand awareness* di masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam (*in depth interview*), dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan temuan penelitian. Strategi *public relations* Batik Esri untuk meningkatkan *brand awareness* melalui teori bauran *public relations* Thomas L. Harris yaitu dengan *publications* atau publikasi dengan menggunakan media sosial, *website*, dan kartu nama; *event* atau mengikuti sebuah acara untuk meningkatkan *brand awareness*; *news* dengan Batik Esri dijadikan topik berita di sebuah media massa dan majalah *online*; *community involvement* atau bergabung dengan kelompok UMKM Kediri, koperasi batik, dan APBJ; *inform or image* yaitu memprioritaskan identitas Batik Esri melalui corak dan warna ciri khas dari Batik Esri; *lobbying and negotiations* yang dilakukan pada konsumen dengan melakukan pelayanan yang ramah, *social responsibility* melalui kegiatan kemasyarakatan yang ada di sekitar galeri Batik Esri. Dengan berbagai macam strategi *public relations* yang digunakan oleh Batik Esri memiliki dampak yang positif terhadap *brand awareness*. Strategi *public relations* yang dilakukan Batik Esri terbukti meningkatkan *brand awareness* dilihat dari kenaikan omset yang diperoleh Batik Esri.



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas Rahmat dan karunia yang dilimpahkan Nya, sehingga skripsi dengan judul Strategi *Public Relations* Batik Esri Kediri Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* ini bisa terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabatnya serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa dalam proses menyelesaikan skripsi ini, penulis mengalami banyak kendala dan kesulitan. Namun dengan dukungan serta bantuan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis, menjadikan penulis Kembali bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. A. Halil Thahir, M.HI selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri, Dr. Robingatun, M.Pd.I selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Kelembagaan, dan Kerjasama, serta Dr. Qomarul Huda, M.Fil.I selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan.
3. Ibu Siti Amanah, M.Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri, dan Lukman Hakim, M.Sos selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.

4. Bapak Dr. Qomarul Huda, M.Fil.I selaku dosen pembimbing I, dan Bapak Dr. Ropingi, M.Pd selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Segenap staf dan karyawan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri dan Perpustakaan IAIN Kediri yang telah memberikan pelayanan yang baik bagi penulis selama ini.
7. Ibu Herlin Puspitasari selaku pemilik usaha Batik Esri, segenap karyawan Batik Esri, dan para narasumber yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah berkenan memberikan waktu, bantuan, dan informasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta Ibnu Gunawan dan Endang Ekowati yang telah memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan motivasi yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan studi. Selain itu kepada kakak Iva Silviana, S.Pd dan Kakak Ipar, serta keponakan tersayang Muhammad Athar Abrisam dan segenap keluarga besar yang selalu menghibur, memberikan semangat, dan dukungan kepada penulis.
9. R. Moch. Makruf Puja Pradana, S.Kom yang selalu memberikan waktu, tenaga, dukungan, semangat serta dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Para sahabat penulis: Sabil, Adinda, Novi, Tika, Angel, Adella, Diyah, Evi, Mia, Firda, Reni, Vivi, Vizky, dan Adhi yang telah menghibur, memberikan semangat dan dukungan agar penulis tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman-teman mahasiswa IAIN Kediri, khususnya mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2019 serta teman-teman KKN kelompok 30 tahun 2022. Terima kasih untuk semua pengalaman selama ini.

Akhir kata, penulis mendoakan semoga segala kebaikan dan ketulusan yang diberikan dari berbagai pihak yang telah banyak membantu penulis selama ini akan mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Dengan segala kerendahan hati penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Aamin.

Kediri, 16 Mei 2023  
Penulis,

Shely Retno Anggraini

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Penelitian Terdahulu.....	9
F. Definisi Istilah/Operasional (opsional).....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. <i>Public Relations</i> .....	18
1. Definisi <i>Public Relations</i> .....	18
2. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	21
3. Fungsi <i>Public Relations</i> .....	23
4. Strategi <i>Public Relations</i> .....	24
B. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	28
1. <i>Brand</i> (Merek) .....	28
2. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek) .....	32
3. Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	33
BAB III METODE PENELITIAN .....	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	36
B. Kehadiran Peneliti .....	37
C. Lokasi Penelitian .....	37
D. Sumber Data .....	37
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	38

F. Analisis Data .....	39
G. Pengecekan Keabsahan Temuan .....	40
H. Tahap-tahap Penelitian .....	41
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN .....	43
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	43
B. Paparan Data.....	46
C. Temuan Penelitian .....	72
BAB V PEMBAHASAN .....	79
A. Teori <i>Public Relations</i> oleh Thomas L. Harris (P.E.N.C.I.L.S).....	79
B. Strategi <i>Public Relations</i> oleh Batik Esri dalam Prespektif Teori P.E.N.C.I.L.S	80
1. Tujuh Strategi <i>Public Relations</i> menurut teori P.E.N.C.I.L.S .....	81
2. Dua Strategi <i>Public Relations</i> Menurut Teori P.E.N.C.I.L.S yang Efektif untuk	
Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> .....	105
BAB VI PENUTUP.....	111
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran .....	112
DAFTAR RUJUKAN .....	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	116
RIWAYAT HIDUP .....	129

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Daftar Penelitian Terdahulu .....	13
---	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	34
Gambar 4.1 Publikasi produk Batik Esri pada halaman <i>website e-katalog</i> .....	50
Gambar 4.2 Publikasi identitas Batik Esri melalui kartu nama.....	52
Gambar 4.3 Publikasi Batik Esri melalui media sosial <i>Facebook</i> .....	53
Gambar 4.4 Publikasi Batik Esri melalui media sosial <i>Facebook</i> .....	54
Gambar 4.5 Publikasi Batik Esri melalui media sosial <i>Facebook</i> .....	55
Gambar 4.6 Publikasi Batik Esri melalui media sosial <i>Instagram</i> .....	56
Gambar 4.7 Publikasi Batik Esri melalui media sosial <i>Instagram</i> .....	57
Gambar 4.8 Publikasi Batik Esri melalui media sosial <i>Instagram</i> .....	58
Gambar 4.9 Batik Esri dalam Program Acara Oleh-oleh.....	61
Gambar 4.10 Batik Esri dalam Program Acara Ngobrol Pagi.....	62
Gambar 4.11 <i>News</i> Batik Esri melalui koran.....	64
Gambar 4.12 <i>News</i> Batik Esri dalam menguatkan <i>brand</i> .....	65
Gambar 4.13 Corak dan warna sebagai identitas Batik Esri.....	68
Gambar 5.1 Fitur pencarian pada <i>website e-katalog</i> .....	82
Gambar 5.2 Fitur pada <i>website e-katalog</i> .....	83
Gambar 5.3 Tampilan <i>website e-katalog</i> melalui <i>smartphone</i> .....	85
Gambar 5.4 Desain kartu nama Batik Esri.....	86
Gambar 5.5 Pencantuman logo Batik Esri di <i>Instagram Inu Kirana</i> .....	95
Gambar 5.6 Batik Esri dalam pemberitaan <i>online</i> .....	98
Gambar 5.7 Batik tulis produk dari Batik Esri.....	101
Gambar 5.8 Batik tulis produk Batik Esri.....	102

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	115
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Murni.....	116
Lampiran 3 Dokumentasi.....	122
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	124
Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian.....	125
Lampiran 6 Daftar Konsultasi Penyelesaian Skripsi.....	127