



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

14%

Submission author: Hani Aliyya Wijayanty
Assignment title: JURNAL
Submission title: BRAND COMMUNICATION BATIK KUNTUL PERAK DALAM UPAYA...
File name: E-Journal...
File size: 33.97K
Page count: 11
Word count: 3,725
Character count: 24,684
Submission date: 14-Nov-2022
Submission ID: 1952865

SIMILARITY INDEX



Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Phil. I Ketut Gunawan, M.A
NIP.19631222 199002 1 001

eJournal Ilmu Komunikasi,
ISSN (Cetak), (Online), ejournal.ikom.fkip-ummul.org
© Copyright 2022

BRAND COMMUNICATION BATIK KUNTUL PERAK DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESADARAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN

(Studi Deskriptif Pada UMKM CV. Sakinah Gallery Bontang)

Hani aliyya Wijayanty¹, Aditya Arie Hetami², Annisa Wahyuni Arsyad³

Abstrak

Dalam kondisi perkembangan industri dan bisnis tentu saja melakukan sebuah kegiatan pemasaran yang mengikuti perkembangan zaman, ini menciptakan disiplin dan konsep pada kegiatan komunikasi yang berfokuskan kepada brand yang dilakukan oleh CV. Sakinah Gallery pada brandnya yaitu Batik Kuntul Perak. Penyampaian pesan melalui brand communication pada konsumen dilakukan untuk mendapatkan kesan yang kuat, menunjukkan serta meningkatkan tingkat pemahaman kesadaran sebuah merek yang diterima oleh konsumen sehingga membangun kepercayaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan mendeskripsikan sejauh mana brand communication Batik Kuntul perak dalam upaya meningkatkan kesadaran dan kepercayaan konsumen.

Metode penelitian yang dilakukan kualitatif dengan rancangan penelitian deskriptif, dengan teknik analisis yang dilakukan secara interaktif guna memahami lebih dalam strategi integrated brand communication yang telah dilakukan oleh CV. Sakinah Gallery. Hasil Penelitian menunjukkan tingkatan kegiatan brand communication yang telah dilakukan telah mencapai tingkat efektif yaitu dikenali oleh masyarakat serta konsumen bontang hingga telah dilakukannya tindakan pembelian. CV. Sakinah Gallery memanfaatkan media sosial sebagai chanel untuk mengenalkan dan menawarkan produk dan layanan Batik Kuntul Perak. Ikatan antara pihak Cv. Sakinah Gallery dengan konsumen selama berkomunikasi juga dibangun dengan memberikan kualitas dan pelayanan yang baik, sehingga menciptakan rasa kepercayaan pada konsumen.

Kata Kunci : Batik, Brand Communication, Kesadaran, Kepercayaan Konsumen.

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: hani.oft21@gmail.com

² Dosen Pengajar dan Dosen Pembimbing I, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

³ Dosen Pengajar dan Dosen Pembimbing II, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.