

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN USAHA KERAJINAN KAIN TENUN IKAT  
NOWING DAN KEWATEK**

**(Studi Kasus Pada Kelompok Nulu Nuda, Desa Lamabelawa, Kecamatan Witihama,  
Kabupaten Flores Timur)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**OLEH:**

**KRISTINA EFLINA ANGGO**

**43120001**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA**

**KUPANG**

**2024**

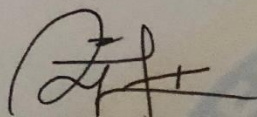
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertanggungjawabkan dihadapan panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang Program Studi Ilmu Komunikasi, pada tanggal Selasa, 04 Juni 2024 dan telah diterima untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.1).

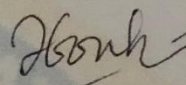
Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



(Mikhael Rajamuda Bataona, S. Sos, M.I.Kom)



(P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S. Fil, M.A)

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Katolik Widya Mandira



(Drs. Frans Bapa Tokan, MA)

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN USAHA KERAJINAN KAIN TENUN IKAT  
NOWING DAN KEWATEK**

(Studi Kasus Pada Kelompok Nulu Nuda, Desa Lamabelawa Kecamatan Witihamu,  
Kabupaten Flores Timur)

Diajukan Guna Syarat Kelulusan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial  
Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

**Diajukan Oleh:**

**Nama : Kristina Eflina Anggo**

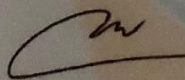
**NIM : 431 20 001**

**Program Studi : Ilmu Komunikasi**

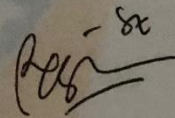
**Menyetujui**

**Pembahas I**

**Pembahas II**



**(Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si)**



**(Innosensia E. I. Ndiki Satu, S. Sos, M. I. Kom)**

## PERSYARATAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Kristina Eflina Anggo

Nim : 431 20 001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis (SKRIPSI) dengan judul:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN USAHA KERAJINAN KAIN TENUN IKAT  
NOWING DAN KEWATEK (*Studi Kasus pada Kelompok Nulu Nuda Desa Lamabelawa  
Kecamatan Wihama Kabupaten Flores Timur*)** adalah benar-benar karya saya sendiri yang  
dibimbing oleh Michael Rajamuda Bataona S.Sos, M.I.Kom selaku pembimbing 1 dan P.  
Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil,MA selaku pembimbing II.

Kupang Juli 2024

Disahkan

Pembimbing 1

Penulis

Michael Rajamuda Bataona S.Sos, M.I.Kom



Kristina Eflina Anggo



# UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA

Jl. Jend. Ahmad Yani 50 – 52 Kupang 85225, NTT-Indonesia

Telp. (0380) 833395, Fax. 831194

Website : [Http://www.unwira.ac.id](http://www.unwira.ac.id) E-mail : [info@unwira.ac.id](mailto:info@unwira.ac.id)

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada Hari ini *Selasa, 04 Juni 2024 Pukul 15.15 WITA* Telah diadakan Ujian Skripsi Program Sarjana, bagi mahasiswa :

N a m a : Kristina Eflina Anggo  
NIM : 43120001  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi :

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN USAHA KERAJINAN KAIN TENUN IKAT *NOWING* DAN *KEWATEK* (Studi Kasus pada Kelompok Nulu Nuda Desa Lamabelawa Kecamatan Wilihama Kabupaten Flores Timur)**

Di hadapan Panitia Ujian Skripsi yang terdiri dari :

- 1. Ketua : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom
- 2. Sekretaris : P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA
- 3. Penguji Materi I : Fransiska Desiana Setyaningsih, M.Si
- 4. Penguji Materi II : Innosensia E.I. Ndiki Satu, S.Sos, M.I.Kom
- 5. Penguji Materi III : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom
- 6. Pembimbing I : Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom
- 7. Pembimbing II : P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil, MA

*[Handwritten signatures of the panel members]*

Hasil Ujian diperoleh sebagai berikut :

Nilai yang diperoleh dari Penguji I = 85  
 Penguji II = 84  
 Penguji III = 90

Lulus dengan Nilai = 86 / A

Belum Lulus dan diberikan kesempatan untuk ujian ulang pada :

HARI:.....,TANGGAL : ..... , JAM : .....

Hasil Ujian Ulang = .....



Kupang, 04 Juni 2024  
Ketua Tim Penguji,

*[Handwritten signature of Mikhael Rajamuda Bataona]*  
Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos, M.I.Kom  
NIDN: 0819058101

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatnya penulis dapat melewati semua proses penelitian dan menyelesaikannya dalam bentuk Skripsi ini dengan baik. **Skripsi ini berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Kerajinan Kain Tenun Ikat Nowing Dan Kewatek (Studi Kasus Pada Kelompok Nulu Nuda, Desa Lamabelawa, Kecamatan Witihama, Kabupaten Flores Timur).**

Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini disampaikan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana strata I pada Progam Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira. Dalam penulisan Skripsi ini penulis mendapat bantuan dan *support* dari berbagi pihak sejak persiapan hingga tersusunnya Skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu memberikan dorongan baik moral maupun spiritual terutama kepada :

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Katolik Widya Mandira.
4. Bapak Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos,M.I.Kom selaku pembimbing I dan Pater Hendrikus Saku Bouk SVD,S.Fil,MA selaku pembimbing II yang telah memberikan banyak saran, petunjuk, bimbingan dan waktunya dalam membantu penulis menyelesaikan Skripsi ini.
5. Ibu Fransiska Desiana Setyaningsih,M.Si selaku pembahas I dan Ibu Innosensia E.I. Ndiki Satu,S.Sos, M.Si selaku pembahas II yang telah memberikan masukan berupa kritik dan saran yang bermanfaat guna menyempurnakan Skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan pegawai Universitas Katolik Widya Mandira.
7. Anggota kelompok Tenun Ikat Nulu Nuda di Desa Lamabelawa yang sudah bersedia menerima dan membantu penulis dalam mendapatkan data dan hasil dalam menyelesaikan penelitian.
8. Keluarga tercinta mama Very, Bapa Ambeng, ade Laras, kembar yang sudah menerima saya untuk tinggal bersama di Adonara.

9. Keluarga besar Kisol dan Nagekeo atas kasih sayang, motivasi serta mendoakan penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
10. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020 yang memberikan dukungan bagi penulis.
11. Teman-teman asrama rusunawa angkatan 2020 yang telah memberikan semangat bagi penulis.
12. Kaka terbaik Febri Akbar, Edi, Ano yang selalu mendukung dalam menyelesaikan Skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang telah terlibat dalam menyelesaikan Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yesus memberi rahmatnya sebagai balasan atas semua bantuan yang telah diberikan dari pihak-pihak yang telah disebutkan diatas. Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa Skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Hal ini disebabkan masih terbatasnya kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca.

Akhirnya penulis sampaikan limpah terima kasih dan semoga Skripsi ini dapat menjadi referensi yang baik dan berguna demi kepentingan akademik dan bagi para pembaca.

Kupang, Juni 2024

Penulis

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Kerajinan Kain Tenun Ikat Nowing dan Kewatek (Studi Kasus Pada Kelompok Nulu Nuda Desa Lamabelawa Kecamatan Wilihama Kabupaten Flores Timur)**. Dalam penelitian ini penulis melihat bahwa kelompok Nulu Nuda mengalami kendala pada saat proses pemasaran usaha kain tenun ikat mereka. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk memperdalam bagaimana strategi komunikasi pemasaran usaha kerajinan kain tenun ikat nowing dan kewatek pada kelompok Nulu Nuda.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *strategy marketing mix 4P* yaitu: *product, price, place and promotion*. Untuk membahas kajian ini peneliti menggunakan metode studi kasus dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data adalah dengan wawancara dan observasi.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi komunikasi pemasaran mempunyai peran penting dalam memasarkan hasil tenun ikat di kelompok Nulu Nuda diantaranya, *product* dimana kelompok Nulu Nuda dapat menghasilkan suatu produk kain tenun ikat Nowing dan Kewatek dengan memperhatikan bahan dasar yang digunakan, dan juga motif. *Price* dimana kelompok Nulu Nuda dapat menjual harga kain tenun ikat Nowing dan Kewatek dengan harga yang cukup berbeda dan juga dalam menjual hasil tenun ikat Nowing dan Kewatek kelompok mencari target untuk menjadi konsumen tetap. *Place* menjadi lokasi untuk pembuatan dan penjualan hasil tenunan kelompok dan *price* juga dapat menjadi tempat kelompok Nulu Nuda dalam mempromosikan produk kain tenun ikat Nowing dan Kewatek. *Promotion* menjadi suatu elemen yang sangat penting bagi kelompok Nulu Nuda dalam mempromosikan hasil tenunan dan yang menjadi media promosi kelompok Nulu Nuda yaitu *facebook* dan *whatsApp*. Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran sangat penting dalam melancarkan usaha tenun ikat Nowing dan Kewatek yakni sebagai 4P (*product, price, place and promotion*). Adapun saran dalam penelitian ini yaitu bagi ibu-ibu tenun kelompok Nulu Nuda di Desa Lamabelawa lebih gencar lagi dalam mempromosikan hasil tenun ikat Nowing dan Kewatek di media sosial.

**Kata Kunci:** *Strategi Komunikasi Pemasaran, Tenun Ikat Nowing dan Kewatek, Kelompok Nulu Nuda.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>PERSYARATAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1. Maksud Penelitian .....	8
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	9
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	9
1.5. Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis.....	10

1.5.1. Kerangka Pemikiran .....	10
1.5.2. Asumsi Penelitian .....	11
1.5.3. Hipotesis .....	11
<b>BAB II LANDASAN KONSEPTUAL .....</b>	<b>13</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	13
2.2.Strategi Komunikasi .....	16
2.2.1. Pengertian Komunikasi .....	16
2.2.2. Pengertian Strategi Komunikasi .....	16
2.2.3. Komunikasi Pemasaran .....	18
2.2.4. Strategi Marketing Mix .....	19
2.3. Usaha Kain Tenun Ikat .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1. Metode dan Jenis Penelitian .....	25
3.1.1. Metode Penelitian .....	25
3.1.2. Jenis Penelitian .....	25
3.2. Lokasi Penelitian .....	26
3.3. Satuan Kajian, Informan Kunci dan Alasan Pemilihan Informan.....	26
3.3.1. Satuan Kajian .....	26
3.3.2. Informan Kunci .....	26
3.3.3 Alasan Pemilihan Informan .....	27
3.4. Definisi Konstruk dan Indikator penelitian.....	27
3.4.1. Definisi Konstruk .....	27
3.4.2. Indikator Penelitian .....	28
3.5. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	29

3.5.1. Sumber Data .....	29
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6. Teknik Analisis dan Interpretasi Data .....	31
3.6.1. Teknik Analisis Data.....	31
3.6.2. Teknik Interpretasi Data .....	32
3.7. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
4.1. Lokasi Penelitian.....	34
4.1.1. Kelompok Tenun Ikat Nulu Nuda.....	34
4.1.2. Visi dan Misi Kelompok Tenun Ikat Nulu Nuda.....	36
4.1.3. Maksud dan Tujuan Kelompok Tenun Ikat Nulu Nuda.....	36
4.1.4. Hasil Yang Diharapkan Kelompok Tenun Ikat Nulu Nuda.....	37
4.1.5. Struktur Organisasi Kelompok Tenun Ikat Nulu Nuda .....	37
4.2. Usaha Kerajinan Kain Tenun Ikat Nowing dan Kewatek.....	38
4.3. Telaah Informan .....	39
4.4. Penyajian Hasil Penelitian .....	41
4.4.1. Pertanyaan Pokok Penelitian.....	41
4.4.2. Hasil Wawancara .....	42
4.5. Hasil Observasi .....	61
<b>BAB V PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>65</b>
5.1. Analisis Data.....	65
5.1.1. Produk ( <i>product</i> ) .....	66
5.1.2 Harga ( <i>price</i> ) .....	67

5.1.3	Tempat ( <i>Place</i> ) .....	68
5.1.4	Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	69
5.2.	Interprestasi Data .....	70
5.2.1	Produk ( <i>product</i> ) .....	72
5.2.2	Harga ( <i>price</i> ) .....	73
5.2.3	Tempat ( <i>Place</i> ) .....	74
5.2.4	Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	74
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>76</b>
6.1.	Kesimpulan .....	76
6.2	Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		