

ABSTRAK

Dhea Reyviandra. 11819742

Strategi Kampanye Komunikasi Putra Putri Tenun Songket Indonesia Dalam Membangun Citra Merek Tenun Songket Di Jakarta.

Kata kunci : Strategi, Komunikasi, Kampanye, Hubungan Masyarakat, Citra Merek.

(xiii + 74 + Lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Komunikasi Kampanye yang dilakukan oleh Putra Putri Tenun Songket Indonesia dalam membangun citra merek tenun dan songket di Jakarta. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Konvergensi Simbolik menurut Ernest Bormann dan Teori Partisipasi menurut Migdley, et, all. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) Strategi komunikasi kampanye yang dilakukan oleh Putra Putri Tenun Songket Indonesia dalam membangun citra merek tenun songket di Jakarta dengan menggunakan saluran langsung dan tidak langsung. (2) Jenis kampanye ini termasuk jenis *product-oriented campaigns* dimana Putra Putri Tenun Songket Indonesia mengkampanyekan produk budaya Indonesia yaitu Tenun dan Songket dengan cara memperkenalkan dan mempromosikan kepada masyarakat luas. (3) Cara Putra Putri Tenun Songket Indonesia membangun citra merek tenun songket di Jakarta yaitu melalui ajang pemilihan tenun songket yang dilakukan di Jakarta, membuat masyarakat Jakarta semakin tahu tentang tenun songket yang ada di daerah-daerah lainnya.

Daftar Pustaka (1972-2023)