

**KUALITAS SOSIALISASI KEBIJAKAN BATIKMARK
“batik INDONESIA” TERHADAP PENGADOPSIAN
MANAJER INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH
(IKM)**

**Kasus: Kawasan sentra batik di Daerah Istimewa Yogyakarta
(DIY)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)**

Disusun Oleh:

Monica Kusumaningrum

06 09 02933

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

KUALITAS SOSIALISASI KEBIJAKAN BATIKMARK “batik INDONESIA” TERHADAP PENGADOPSIAN MANAJER INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH (IKM)

Kasus: Kawasan sentra batik di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)

SKRIPSI

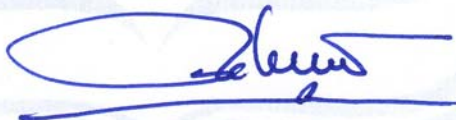
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mancapai Gelar
S.Ikom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

MONICA KUSUMANINGRUM

NIM : 060902933

disetujui oleh :



Drs. Setio Budi HH., M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi:

KUALITAS SOSIALISASI KEBIJAKAN BATIKMARK “batik INDONESIA”
TERHADAP PENGADOPSIAN MANAJER INDUSTRI KECIL DAN
MENENGAH (IKM)

Kasus: Kawasan sentra batik di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)

Penyusun : Monica Kusumaningrum

NIM : 060902933

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada:

Hari/Tanggal : Senin, 12 September 2011

Pukul : 13.00

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP, UAJY

TIM PENGUJI

Dr. G. Arum Yudarwati

Penguji Utama

Drs. Setio Budi HH., M.Si

Penguji I

Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Monica Kusumaningrum
Nomor Mahasiswa : 06 09 02933
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : KUALITAS SOSIALISASI KEBIJAKAN BATIKMARK
“batik Indonesia” TERHADAP PENGADOPSIAN
MANAJER INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH
(IKM) di Kawasan sentra batik di Daerah Istimewa
Yogyakarta (DIY)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ini benar-benar saya kerjakan sendiri, karta tulis ini bukan merupakan plagiarism, juga bukan hasil karya milik orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material ataupun non-material atau segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis yang saya buat secara orisinal dan otentik.

Bila dikemungkinan hari diduga kuat ada ketidak sesuaian antara fakta dan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim hukum yang dibentuk untuk melakukan varifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 5 September 2011

Saya yang menyatakan,



Monica Kusumaningrum



Karya Ini Aku Persembahkan ☺

Sebagai Kado Kecilku Untuk Bapak & Ibu Tercinta ♥,

Dan Fani Tersayang ♥,

Serta Sahabat-Sahabatku Terkasih ♥....

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat kesehatan, keselamatan, serta limpahan rahmat yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “KUALITAS SOSIALISASI KEBIJAKAN BATIKMARK “batik INDONESIA” TERHADAP PENGDOPSIAN MANAJER INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH (IKM) dengan kasus: kawasan sentra batik di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”

Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk dapat gelar sajana. Dimana topic yang diangkat dalam penelitian ini adalah kualitas sosialisasi kebijakan batikmark “batik INDONESIA” terhadap pengadopsian manajer Industri Kecil dan Menengah (IKM).

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan dalam menyelesaikannya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, informasi serta pengarahan maupun bimbingan. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada;

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan dan melimpahkan begitu banyak anugrah, kekuatan, kesehatan, dan kemudahan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Setio Budi HH., M. Si. selaku dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah menyediakan waktunya untuk membimbing serta kesabarannya dalam membantu peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Ibu Dr. G. Arum Yudarwati dan Ibu Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji skripsi dan memberikan masukan-masukan yang sangat berharga untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan dalam skripsi ini.
4. Pak Cipto selaku Kepala Bidang Pengujian, Sertifikasi, dan Kalibrasi yang telah membantu peneliti dalam kemudahan memperoleh data.
5. Bapak, ibu, fani, mba jie, eyang dan seisi rumahku yang selalu memotivasi dan mendukung peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk kesabaran, kekuatan, keyakinan dan doa yang selalu menguatkan dan meyakinkan peneliti.
6. Albert alias Hoho yang selalu menemani dan meyemangati peneliti. Terimakasih atas kesabaran dan pengertiannya.
7. Pak Bunadi dan Bu Retno (Ortunya Hoho) terima kasih atas doa, dukungan dan perhatiannya.
8. Sahabat-sahabat nyelenehku Maya, Sinta, Hiro, Wayan, Wina, Lita, Sonia, Aan, Abut, Abel yang selalu memberi optimisme bagi peneliti. Tingkah laku, obrolan kalian yang lucu-lucu merupakan penghilang rasa stress. Terima kasih karena selalu ada dalam suka dan duka.
9. SKK (Sekolah Karawitan Kraton) yang dapat membuat peneliti lebih rileks.
10. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis. Terimakasih atas doa, bantuan, dan motivasinya.

11. Bapak dan ibu pegawai Tata Usaha yang sudah membantu kelancaran surat menyurat selama kuliah. Serta bapak-bapak penjaga parkir yang sudah hafal dengan motorku.

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak guna menyempurnakan laporan skripsi yang peneliti buat.

Yogyakarta, September 2011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENAGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTAKSI	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat penelitian	9
E. Kerangka Teori	10
F. Kerangka Konsep	32
G. Hipotesis	35
H. Definisi Operasional	35
I. Metodologi Penelitian	41
1. Jenis Penelitian	41
2. Metode Penetian	42
3. Tipe Penetian	42
4. Teknik Pengumpulan Data	43
5. Populasi dan Sampel	44
6. Lokasi	46

7. Teknik Pengukuran	47
8. Validitas dan Reliabilitas	47
9. Teknik Analisis Data	49
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	51
A. Sejarah Balai Besar Kerajinan dan Batik	51
B. Visi dan Misi	52
C. Tugas Pokok dan Fungsi	52
D. Sertifikasi	53
E. Standarisasi	54
F. Pengujian	55
G. Fasilitas	55
H. Struktur Organisasi	57
I. Kebijakan Batikmark “batik INDONESIA”	58
J. Batikmark “batik INDONESIA” Menjaga Kualitas Batik	60
BAB III TEMUAN DAN INTERPRETASI DATA	62
A. Temuan Data	63
1. Uji Validitas	63
2. Uji Reliabilitas	68
3. Data Deskripsi	69
B. Analisis Regresi Linier Sederhana	123
C. Uji Korelasi	125
D. Interpretasi Data	131
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	138
A. Kesimpulan	138
B. Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	143

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar penerima sertifikasi batikmark	5
Tabel 1.2 Definisi Operasional	39
Tabel 1.3 Daftar Nama Manajer Industri Kecil dan Menengah (IKM)	44
Tabel 1.4 Nilai Koefisien Korelasi	50
Tabel 3.1 Uji Validitas Kualitas Sosialisasi Kebijakan (X)	64
Tabel 3.2 Uji Validitas Pengadopsian Manajer (Y)	65
Tabel 3.3 Uji Validitas Kompetensi Komunikasi (Z)	67
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Kualitas Sosialisasi Kebijakan (X), Pengadopsian Manajer (Y), Kompetensi Komunikasi (Z)	68
Tabel 3.5 Jenis Kelamin	70
Tabel 3.6 Umur	70
Tabel 3.7 Pembicara memiliki kompetensi/ kemampuan untuk menyampaikan informasi batikmark “batik INDONESIA”	72
Tabel 3.8 Pembicara benar-benar paham mengenai batikmark “batik INDONESIA”	73
Tabel 3.9 Penyampaian informasi batikmark”batik INDONESIA” disajikan dengan cara menarik	74
Tabel 3.10 Dalam penyampaian informasi batikmark “batik INDONESIA” digunakan alat peraga	75
Tabel 3.11 Yang menyampaikan informasi batikmark “batik INDONESIA” adalah pakar batik	76

Tabel 3.12 Yang menyampaikan informasi batikmark “batik INDONESIA” adalah pakar hukum	77
Tabel 3.13 Yang menyampaikan informasi batikmark “batik INDONESIA” adalah pakar ekonomi	78
Tabel 3.14 Informasi batikmark “batik INDONESIA” menarik untuk dipahami lebih lanjut	79
Tabel 3.15 Maksud dan tujuan penyampaian informasi batikmark “batik INDONESIA” cukup jelas	80
Tabel 3.16 Informasi batikmark “batik INDONESIA” mudah dipahami	81
Tabel 3.17 Informasi batikmark “batik INDONESIA” disajikan dengan runtut	82
Tabel 3.18 Informasi batikmark “batik INDONESIA” diberikan melalui penyuluhan	83
Tabel 3.19 Informasi batikmark “batik INDONESIA” diberikan melalui pameran batik	84
Tabel 3.20 Informasi batikmark “batik INDONESIA” diberikan melalui media cetak (Koran, buklet, leaflet, poster, dll)	85
Tabel 3.21 Informasi batikmark “batik INDONESIA” diberikan melalui media elektronik (radio,tv)	86
Tabel 3.22 Informasi batikmark “batik INDONESIA” diberikan melalui duania maya (internet)	87
Tabel 3.23 Tempat penyuluhan mudah dijangkau	88
Tabel 3.24 Ikut terlibat dalam pameran batik	89
Tabel 3.25 Penyuluhan dilakukan tepat waktu	90

Tabel 3.26 Kualitas Sosialisasi Kebijakan (X)	92
Tabel 3.27 Informasi mengenai batikmark “batik INDONESIA” sudah jelas...	93
Tabel 3.28 Kelengkapan informasi mengenai batikmark “batik INDONESIA” sudah sesuai kebutuhan pengrajin	94
Tabel 3.29 Informasi yang disampaikan tidak bertele-tele	95
Tabel 3.30 Informasi yang disampaikan sudah lengkap	96
Tabel 3.31 Informasi yang disampaikan mudah dipahami	97
Tabel 3.32 Biaya pengajuan batikmark “batik INDONESIA” tersebut <i>worthed</i> (bernilai)	98
Tabel 3.33 Waktu yang diperlukan untuk memperoleh batikmark “batik INDONESIA” sepadan dengan keunggulan yang didapatkan	99
Tabel 3.34 Batikmark “batik INDONESIA” sesuai dengan situasi ekonomi INDONESIA saat ini	100
Tabel 3.35 Batikmark “batik INDONESIA” membuka peluang baru di industri batik	101
Tabel 3.36 Batikmark “batik INDONESIA” meningkatkan daya saing produk batik	102
Tabel 3.37 Batikmark “batik INDONESIA” meningkatkan citra batik INDONESIA	103
Tabel 3.38 Persyaratan pengajuan batikmark “batik INDONESIA” ringan	104
Tabel 3.39 Identitas batik terjamin dengan adanya batikmark “batik INDONESIA”	105
Tabel 3.40 Saya antusias untuk mengurus batikmark “batik INDONESIA”	106
Tabel 3.41 Saya berusaha memiliki batikmark “batik INDONESIA”	107

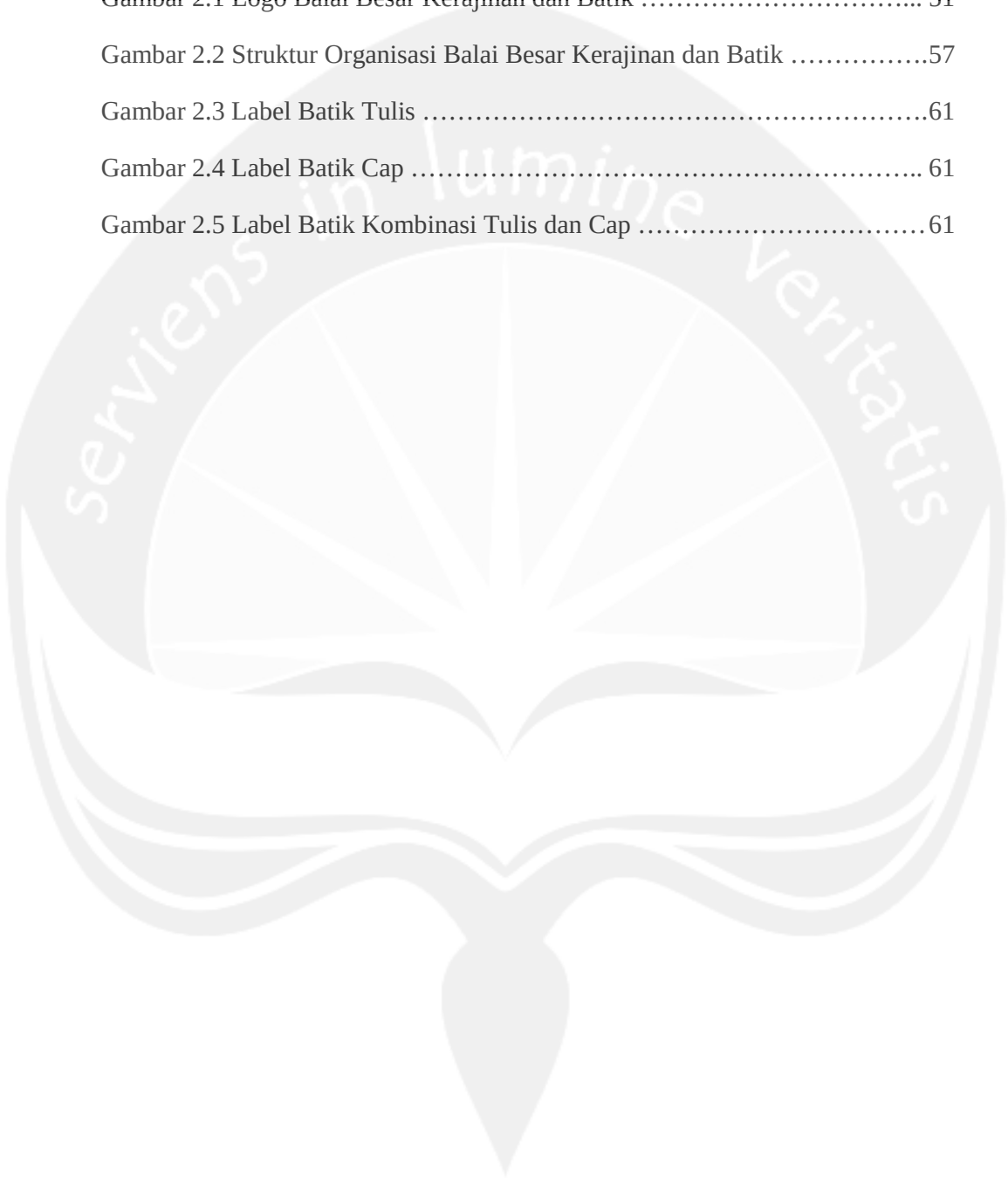
Tabel 3.42 Saya menggunakan batikmark “batik INDONESIA” dalam memproduksi batik (tuliskan, cap, kombinasi)	108
Tabel 3.43 Pengadopsian Manajer (Y)	110
Tabel 3.44 Pembicara mampu menerangkan seluruh informasi batikmark “batik INDONESIA”	111
Tabel 3.45 Pembicara menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dalam menyampaikan informasi batikmark “batik INDONESIA”	112
Tabel 3.46 Pembicara paham betul mengenai batikmark “batik INDONESIA”	113
Tabel 3.47 Pembicara memahami keadaan para pengrajin	114
Tabel 3.48 Pembicara menyapa para pengrajin batik	116
Tabel 3.49 Pembicara menyampaikan pesan dengan ramah	117
Tabel 3.50 Pembicara berpakaian sopan	118
Tabel 3.51 Pembicara sopan dalam bertingkah laku (tidak urakan)	119
Tabel 3.52 Kompetensi Komunikasi (Z)	121
Tabel 3.53 Hasil Regresi Linier Sederhana	122
Tabel 3.54 Hubungan antara Kualitas Sosialisasi Kebijakan dengan Pengadopsian Manajer	126
Tabel 3.55 Hubungan antara Kualitas Sosialisasi Kebijakan dengan Pengadopsian Manajer dikontrol Kompetensi Komunikasi	127

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Model Proses Komunikasi SMCRE	15
Bagan 1.2 Tiga Komponen	23
Bagan 1.3 Konsep Penelitian	34
Bagan 3.1 Paradigma pengaruh variabel bebas terhadap variabel takbebas	122
Bagan 3.2 Hubungan Antar Variabel	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Balai Besar Kerajinan dan Batik	51
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Balai Besar Kerajinan dan Batik	57
Gambar 2.3 Label Batik Tulis	61
Gambar 2.4 Label Batik Cap	61
Gambar 2.5 Label Batik Kombinasi Tulis dan Cap	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil olahan data

Lampiran 2. Surat ijin

Lampiran 3. Daftar nama manajer batik

Lampiran 4. Booklet

Lampiran 5. Leaflet

Lampiran 6. Persyaratan batikmark

Lampiran 7. Undang-Undang tentang paten

Lampiran 8. Kuesioner

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas sosialisasi kebijakan batikmark “batik INDONESIA” terhadap pengadopsian manajer Industri Kecil dan Menengah (IKM) batik dikontrol kompetensi komunikasi.

Penelitian kuantitatif ini dilakukan di kawasan sentra batik di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang yakni manajer (pengrajin) Industri Kecil dan Menengah (IKM) batik.

Terdapat tiga variabel dalam penelitian ini yakni kualitas sosialisasi kebijakan sebagai variabel independen, pengadopsian manajer sebagai variabel dependen, dan kompetensi komunikasi sebagai variabel kontrol. Dalam penelitian ini, kualitas sosialisasi kebijakan diukur berdasarkan komponen : *sumber, isi pesan, media, format pesan, dan ketepatan waktu* menurut Hardjana. Pengadopsian manajer diukur berdasarkan komponen : *informasi, waktu dan biaya, alternative, dan pengambilan keputusan* menurut Gibson. Kompetensi komunikasi diukur berdasarkan komponen : *skill, knowledge, self-concept, dan self-image*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan uji korelasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas sosialisasi kebijakan berpengaruh terhadap pengadopsian manajer dengan kompetensi komunikasi sebagai variabel kontrol. Kualitas sosialisasi kebijakan berpengaruh signifikan terhadap pengadopsian manajer. Hal tersebut ditunjukkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,598 dengan nilai $p = 0,000 < 0,05$. Ada hubungan yang signifikan antara kualitas sosialisasi kebijakan terhadap pengadopsian manajer dikontrol kompetensi komunikasi. Hal tersebut ditunjukkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien 0,506 dengan nilai $p = 0,005 < 0,05$. Besarnya pengaruh kualitas sosialisasi kebijakan terhadap pengadopsian manajer sebesar 35,7%, dan besarnya pengaruh faktor lain diluar dari penelitian ini sebesar 64,3%. Hal ini memperlihatkan terdapat sisanya yang cukup besar yang dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Kualitass Sosialisai Kebijakan, Pengadopsian Manajer, dan Kompetensi Komunikasi