

Pemahaman produsen tentang produk sebagai "seperangkat lambang" dalam proses komunikasi (suatu studi kasus pengusaha industri kecil sepatu di Karet Pedurenan, Jakarta Selatan)

Bambang S. Purnomo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283155&lokasi=lokal>

Abstrak

Komunikasi sangat berperan dalam seluruh aspek kehidupan manusia. Dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan kegiatan yang pokok bagi kehidupan bermasyarakat. Diantara keadaan sekarang dan keadaan yang akan dituju atau dicita-citakan dari para pengusaha industri ini nampak nya terjadi gap dengan pihak lain selaku "pengguna" melihat keadaan yang demikian dengan sendirinya sangat diperlukan adanya komunikasi di antara pengusaha dengan konsumen sebagai pihak "penguna".

Partisipasi Swasta khususnya di dalam bentuk usaha industri hanya mungkin bertahan dan mengembangkan diri kalau output dalam bentuk barang maupun jasa dapat lancar di masyarakatkan atau dipasarkan sehingga diperlukan, dicari dan digunakan oleh konsumen..

Mengabaikan peran serta komunikasi dalam rangka menunjang pemasaran berarti merupakan pemborosan yang dapat menghambat perkembangan upaya industri.

Bertolak dari permasalahan inilah maka ingin diketahui sampai dimana pengusaha industri kecil dalam hal ini produsen sepatu memahami makna komunikasi pemasaran khusus nya tentang "komunikasi produk", dimana suatu produk berfungsi sebagai "seperangkat lambang" yang mampu mengkomuni kasikan hal-hal yang diperlukan oleh konsumen.

Pada akhirnya kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa pengusaha sepatu di Karet Pedurenan hanya berfungsi sebagai tukang saja dari pada sebagai produsen yang dapat menciptakan atau menentukan sendiri model atau warna yang ia inginkan, hal ini dikarenakan pengusaha sepatu di Karet Pedurenan hanya mengikuti saja apa yang menjadi pesanan dari pemilik toko yang menjual produknya.