

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENGEMBANGKAN USAHA WEDDING ORGANIZER DI MASA
NEW NORMAL**

(STUDY KASUS IVORA ORGANIZER)

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom)**

Oleh

FILDZAH GASSANI NASUTION

NIM: 0105172133

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA MEDAN

SUMATERA UTARA MEDAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA MEDAN

2022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Usaha wedding Organizer di Masa New Normal (Study Kasus Ivora Organizer)”** an. Fildzah Gassani Nasution, NIM 0105172133, program Studi Ilmu Komunikasi, telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara pada tanggal 22 Februari 2022.

Skripsi ini telah diterima dan memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Ilmu Komunikasi.

Medan, 26 Oktober 2022

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Muhammad Alfikri, S. Sos, M.si

Dr. Solihah Titin Sumanti, M.Ag

NIDN. 2023038301

NIDN. 2013067301

Penguji,

1. Neila Susanti, S.Sos, M.Si

2. Drs. Syahrul Abidin, MA

NIDN. 2028076902

NIDN. 2002116502

3. Dra. Achiriah, M.Hum

4. Dr. Anang Anas Azhar, MA

NIDN. 2010106303

NIDN. 0104107401

Mengetahui,

Dekan FIS UIN SU

Dr. Maraimbang Daulay, MA

NIDN. 2029066903

Hal : Surat Persetujuan Skripsi
Lamp : Lembar Persetujuan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
UIN Sumatera Utara Medan
Di Medan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wa Barakatuh.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Fildzah Gassani Nasution

NIM : 0105172133

Judul Skripsi : "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mengembangkan Usaha Wedding Organizer Di Masa New Normal Study Kasus Ivora Organizer"

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam (S.Ikom)

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera di Munaqsyahkan di Program Studi Ilmu Komunikasi atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Medan, 2 Februari 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



Neila Susanti, S.Sos, M.Si

NIDN: 2028076902



Syahrul Abidin, M.A

NIDN: 2002116502

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fildzah Gassani Nasution
Nim : 0105172133
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 16 September 1999
Peker : Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UINSU Medan
Alamat : Jl. Amaliun Gang Abadi No. 119 A Medan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Usaha Wedding Organizer di Masa New Normal (STUDY KASUS IVORA ORGANIZER)”, adalah benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, 2 Februari 2022

Yang membuat pernyataan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Fildzah Gassani Nasution

NIM : 0105172133

ABSTRAK



Nama : Fildzah Gassani Nasution
Nim : 0105172133
Fak/Jur : Ilmu Sosial/ Ilmu Komunikasi
Pembimbing I : Neila Susanti, S.Sos, M.Si
Pembimbing II : Syahrul Abidin, M.A
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN DALAM
MENGEMBANGKAN USAHA
WEDDING ORGANIZER DI
MASA NEW NORMAL
(STUDY KASUS IVORA
ORGANIZER)

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Wedding Organizer

Akibat adanya pandemic Covid-19 membuat wedding organizer menghadapi permasalahan menurunnya omset pemasukan yang membuat mereka harus memiliki cara agar mengembangkan usahanya di masa new normal melalui strategi komunikasi pemasaran. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran dalam mengembangkan usaha Wedding Organizer di masa new normal pada study kasus Ivora Organizer. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan strategi komunikasi pemasaran Ivora Organizer menggunakan media sosial instagram pada masa new normal untuk mengembangkan usahanya. Kesimpulan dari penelitian ini strategi komunikasi pemasaran Ivora Organizer dalam mengembangkan usaha wedding organizer di masa new normal berjalan dengan sangat baik terlihat dari Ivora Organizer yang sudah memiliki tempat usahanya sendiri.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Pembimbing I

Neila Susanti, S.Sos, M.Si

NIDN: 202807690

ABSTRACT



Name : Fildzah Gassani Nasution

Number : 015172133

Faculty/Dep : Social Sciences/ Communication Studies

Advisor I : Neila Susanti, S.Sos, M.Si

Advisor II : Syahrul Abidin, M.A

Title : **MARKETING COMMUNICATION STRATEGY
IN DEVELOPING THE WEDDING ORGANIZER
BUSINESS IN THE NEW NORMAL TIME (CASE
STUDY OF IVORA ORGANIZER)**

Keywords: Strategy, Marketing Communication, Wedding Organizer

As a result of the Covid-19 pandemic, wedding organizers face the problem of decreasing income turnover, which makes them have to have a way to develop their business in the new normal period through marketing communication strategies. The purpose of this study is to find out how the marketing communication strategy in developing the Wedding Organizer business in the new normal period in the Ivora Organizer case study. The type of research used in this research is descriptive qualitative research. The results of this study indicate that Ivora Organizer's marketing communication strategy activities use Instagram social media during the new normal period to develop their business. The conclusion of this research is that Ivora Organizer's marketing communication strategy in developing a wedding organizer business in the new normal is going very well, as can be seen from Ivora Organizer who already has his own place of business.

Pembimbing I

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA

Neila Susanti, S.Sos, M.Si

NIDN: 202807690

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ

سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ.

أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam juga tidak lupa di panjatkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Nabi akhir zaman yang menjadi suri tauladan sepanjang hayat.

Untuk melengkapi serta memenuhi tugas-tugas, syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu Komunikasi di fakultas Ilmu Sosial UIN-SU Medan, maka penulis menyusun Skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Usaha Wedding Organizer di Masa New Normal (Study Kasus Ivora Organizer)”**.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat agar bisa menempuh ujian sajana pendidikan pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Penulisan skripsi ini dapat terwujud berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak/Ibu/Sdr:

1. Bapak Prof. Dr. Maraimbang, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah memberikan pengarahannya selama saya menjadi mahasiswa.
2. Bapak Dr. Muhamnad Al Fikri Matondang, S.Sos, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah memberi motivasi selama saya studi di Program Studi ilmu Komunikasi.

3. Ibu Solihah Titin Sumanti, M.Ag, selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dra. Laila Rohani, M.Hum., selaku Penasehat Akademik, yang telah memberikan bimbingan dan dukungan yang sangat berguna bagi keberhasilan saya dalam menjalani proses pembelajaran di program studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Neila Susanti, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I selaku Dosen yang telah berkenaan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan, masukkan, bimbingan, kritik, dan saran dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi sehingga selesai sesuai dengan harapan.
6. Bapak Drs. Syahrul Abidin, M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi II, yang telah berkenaan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan, masukkan, bimbingan, kritik, dan saran dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi sehingga selesai sesuai dengan harapan.
7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara khususnya pada Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah dengan ikhlas dan sabar membimbing saya selama ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan dan semua pihak yang telah bersedia melakukan kerjasama dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Saya menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, saya sangat menghargai segala kritikan dan saran. Jika ada kesalahan saya mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak khususnya saya pribadi, Universitas, Mahasiswa/i, dan pembaca pada umumnya. Semoga Allah senantiasa membalas segala niat dan amal baik kita. Amin.

Medan, 26 Januari 2022

Peneliti,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Fildzah Gassani Nasution

NIM. 0105172133

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	12
A. LATAR BELAKANG MASALAH	11
B. BATASAN MASALAH	18
C. RUMUSAN MASALAH	18
D. TUJUAN PENELITIAN	18
E. MANFAAT PENELITIAN	18
F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN.....	19
BAB II TINJAUAN TEORI.....	21
A. DEFINISI KONSEPTUAL.....	21
1. PENGERTIAN STRATEGI.....	21
2. PENGERTIAN KOMUNIKASI.....	23
3. KOMUNIKASI PEMASARAN.....	25
4. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN.....	26
5. BAURAN PEMASARAN.....	27
B. KAJIAN TERDAHULU.....	28
C. PANDANGAN AL-QUR'AN TENTANG STRATEGI KOMUNIKASI.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. METODE DAN PENDEKATAN PENELITIAN.....	40
B. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN.....	41

C. SUBJEK PENELITIAN.....	42
D. SUMBER DATA	42
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	43
F. TEKNIK ANALISIS DATA	44
G. TEKNIK PEMERIKSAAN DAN KEABSAHAN DATA.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	47
A. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	47
1. SEJARAH IVORA ORGANIZER.....	47
2. VISI DAN MISI IVORA ORGANIZER.....	50
3. NAMA PENGURUS DAN JABATAN IVORA ORGANIZER.....	51
4. RINCIAN TUGAS IVORA ORGANIZER.....	53
B. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN IVORA ORGANIZER.....	54
1. PRODUK (PRODUCT).....	58
2. HARGA (PRICE).....	60
3. PROMOSI (PROMOTION).....	62
4. TEMPAT (PLACE).....	71
BAB V PENUTUP.....	73
A. KESIMPULAN.....	73
B. SARAN.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

4.1. DAFTAR ANGGOTA IVORA ORGAIZER.....	51
4.2. STRUKTUR IVORA ORGANIZER.....	51
4.3. STRUKTUR LAPANGAN IVORA ORGANIZER.....	52



DAFTAR GAMBAR

4.1 LOKASI IVORA ORGANIZER DARI GOOGLE MAPS.....	48
4.2 FOTO LOKASI IVORA ORGANIZER AREA KOMPLEK.....	49
4.3 GAMBAR LOGO IVORA ORGANIZER.....	49
4.4 FOTO PELANGGAN DI INSTAGRAM IVORA ORGANIZER.....	59
4.5 FOTO AKSI BERBAGI IVORA ORGANIZER.....	62
4.6 FOTO INSTAGRAM IVORA ORGANIZER.....	64
4.7 PROMOSI OLEH INDRA KENZ.....	65
4.8 PROMOSI DISKON ALL PACKAGE.....	66
4.9 TESTIMONI OLEH WAKIL GUBERNUR.....	67
4.10 SERTIFIKAT HASTANA.....	68
4.11 FOTO PROMO TANGGAL CANTIK.....	70
4.12 FOTO RUANGAN IVORA ORGANIZER.....	72

SUMATERA UTARA MEDAN