

DAFTAR PUSTAKA

- Artino, A. (2019). Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Komunikasi Pemasaran pada PT Lili Konsultan Lombok. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 97.
- Azhar, A. A. (2017). *Pencitraan Politik Elektoral Kajian Politik Segitiga PAN dalam Merebut Simpati Masyarakat*. Yogyakarta: Atap Buku.
- Bonaraja Purba, A. S. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Brodjonegoro, S. S. (2019). *Komunikasi Korporat Konteks Teoretis dan Prakti*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bungin, B. (2015). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prana Media Grup.
- Bungin, H. M. (2008). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitria, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns Journal*, 147.
- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 83-84.
- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mubarrok, U. S. (2018). *Penerapan SWOT Balanced Scorecard pada Perencanaan Strategi Bisnis*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Muhyiddin. (2020). Covid19, New Normal dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia. *The Indonesian Journal of Development Planning*, 246.

- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rizani, M. D. (2019). *Pengelolaan Sanitasi Permukiman Wilayah Perkotaan dengan Pendekatan Teknokratik dan Partisipatif (TEKNOPARTI)*. Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia.
- Sarwono, S. W. (2017). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Soelhi, M. (2015). *Komunikasi Lintas Budaya dalam Dinamika Komunikasi Internasional*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hasmawati, F. (2018). Manajemen dalam Komunikasi. *AL-IDARAH*, 81.
- Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi . *Jurnal Simbolika*, 155.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Heryana, Ade. 2018. *Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif*. Universitas Esa Unggul.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press.

LAMPIRAN

Pedoman wawancara

Nama :

Jenis kelamin :

Alamat :

No Hp :

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Wawancara pengusaha

1. Bagaimana sejarah awal berdirinya Ivora? Kenapa memilih wedding organizer sebagai usaha anda?
2. Apa yang anda lakukan saat pandemi Covid-19?
3. Bagaimana strategi komunikasi Ivora sebelum dan sesudah new normal?
4. Bagaimana anda memasarkan produk saat new normal?
5. Bagaimana harga yang anda tawarka?
6. Bagaimana promosi yang anda lakukan
7. Bagaimana tempat anda melakukan usaha?

Wawancara pelanggan

1. Apakah anda menggunakan jasa Ivora sebagai Wedding organizer anda?
2. Apa alasan anda menggunakan jasa Ivora ?
3. Bagaimana anda mengetahui Ivora?
4. Bagaimana review anda menggunakan jasa Ivora?

Wawancara crew

1. Bagaimana kegiatan Ivora saat new normal?
2. Bagaimana penyusunan tim kegiatan Ivora?
3. Apa-apa saja yang dilakukan tim Ivora saat acara berlangsung







UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN