

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YASMINE ISLAMIC WEDDING
ORGANIZER DALAM MENINGKATKAN *BRAND VISIBILITY* DI KOTA
KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Sosial (S.Sos)



Disusun Oleh:

Mukhammad Khabib Wahyu Prastyo

20103051

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAIN) NEGERI
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YASMINE ISLAMIC WEDDING
ORGANIZER DALAM MENINGKATKAN *BRAND VISIBILITY* DI KOTA
KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Sosial (S.Sos)

Oleh

Mukhammad Khabib Wahyu Prastyo

20103051

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM (IAIN) NEGERI
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YASMINE ISLAMIC WEDDING
ORGANIZER DALAM MENINGKATKAN *BRAND VISIBILITY* DI KOTA
KEDIRI**

MUKHAMMAD KHABIB WAHYU PRASTYO

20103051

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



(Dr. PRILANI, M.Si)
NIP. 197304212005011002

Pembimbing II



(ELLYDA RETPITASARI, M. Sos)
NIP. 199603242022032001

NOTA DINAS

Kediri, 13 November 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ushuluddim dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Di
Jalan Sunan Ampel 07, Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : MUKHAMMAD KHABIB WAHYU PRASTYO
NIM : 20103051
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YASMINE
ISLAMIC WEDDING ORGANIZER DALAM
MENINGKATKAN *BRAND VISIBILITY* DI KOTA
KEDIRI

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini terlampir berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



(Dr. PRILANI, M.Si)
NIP.197804212005011002

Pembimbing II



ELLYDA RETPITASARI, M. Sos)
NIP. 199603242022032001

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 21 November 2024

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : MUKHAMMAD KHABIB WAHYU PRASTYO
NIM : 20103051
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YASMINE
ISLAMIC WEDDING ORGANIZER DALAM
MENINGKATKAN *BRAND VISIBILITY* DI KOTA
KEDIRI

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



(Dr. PRILANI, M.Si)
NIP.197804212005011002

Pembimbing II



(ELLYDA RETPITASARI, M. Sos)
NIP. 199603242022032001

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YASMINE ISLAMIC WEDDING
ORGANIZER DALAM MENINGKATKAN *BRAND VISIBILITY* DI KOTA
KEDIRI**

MUKHAMMAD KHABIB WAHYU PRASTYO
NIM. 20103051

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri Pada Tanggal

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

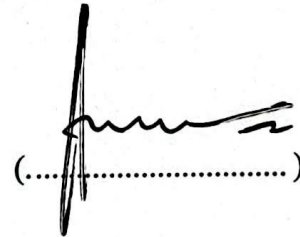
Dr. M. Qomarul Huda, M.Fi.I.
NIP. 19690217199903100



(.....)

2. Penguji I

Dr. Prilani. M.Si.
NIP. 197804212005011002



(.....)

3. Penguji II

Ellyda Retptitasari. M. Sos
NIP. 199603242022032001



(.....)

Kediri,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Kediri



Dr. A. Hali Thahir. M.HI.
NIP. 197111212005011006

HALAMAN MOTTO

*"Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya di ingat, dan
Setiap kehidupan butuh perjuangan dan keyakinan "*

(Imam Syafi'i)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MUKHAMMAD KHABIB WAHYU PRASTYO

NIM 20103051

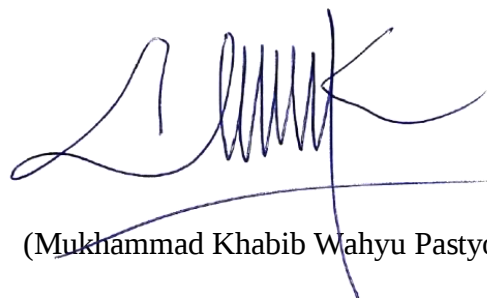
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, saya bersedia menerima sanksi atas tindakan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 13 November 2024

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke at the end.

(Mukhammad Khabib Wahyu Pastyo)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Teruntuk kedua orang tua saya tercinta, Bapak Sutiyo dan Ibu Sumarliyah yang selalu membimbing dan mendoakan dengan penuh ketulusan sehingga dapat membesarkan saya sampai seperti ini.
2. Teruntuk kakak saya Irfan Prastyo dan adek saya M. Tri Cahyo Prastyo yang selalu memberi dukungan.
3. Teruntuk teman-teman yang saya Rio Sudrajat, Ahmad Kharis, M. Andis Mubarak, M. Farid Rahman, M. Shobakhul Khoir, Irvandza Nuridza, Muflikhus Syauqi, Laili Khoiria, Nabila Mighna, Laily Zakiyah, Daris Salamah, yang selalu membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Teruntuk semua teman-teman Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama 4 tahun saya menimba ilmu di bangku kuliah.
5. Teruntuk Almamater yang saya banggakan, Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, FUDA IAIN Kediri sebagai tempat eksplorasi ide maupun pendapat sebagai intelektual muda.

ABSTRAK

MUKHAMMAD KHABIB WAHYU PRASTYO, Dosen Pembimbing Dr. Prilani M.Si, dan Ellyda Retpitasaki, M.Sos.: Strategi Komunikasi Pemasaran Yasmine Islamic Wedding Organizer dalam Meningkatkan *Brand Visibility* di Kota Kediri, Komunikasi Penyiaran Islam IAIN KEDIRI, 2024.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, *Brand Visibility*

Kesadaran akan pentingnya menjalankan syariat dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam acara pernikahan, semakin meningkat di kalangan masyarakat Muslim. Banyak pasangan merasa perlu memastikan bahwa pernikahan mereka tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam. Yasmine Islamic Wedding Organizer berkembang, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa wedding pernikahan islami, dengan menjalankan strategi komunikasi pemasaran mereka di kota Kediri. Dengan latar belakang budaya dan karakteristik pasar yang islami, strategi pemasaran yang diterapkan oleh Yasmine Islamic Wedding Organizer dalam menjangkau calon pengantin muslim di Kediri menjadi fokus kajian yang menarik bagi peneliti

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan pendekatan fenomenologi Habermas. Penelitian dilakukan di Yasmine Islamic Wedding Organizer. Data dalam penelitian ini terbagi dalam data primer dan sekunder, menggunakan observasi wawancara dan dokumentasi dalam metode pengumpulan datanya. Analisis data ditempuh melalui proses reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data ditempuh melalui validitas reliabilitas, dan pemeriksaan seawaktu melalui diskusi. Tahap penelitian yang dilakukan melalui tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan, analisis data dan tahap penyelesaian lapangan.

Hasil dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh Yasmine Islamic Wedding Organizer untuk meningkatkan *brand visibility* di Kota Kediri mencakup beberapa pendekatan, yaitu: Iklan melalui media sosial Instagram dan WhatsApp, termasuk menampilkan portofolio, menyertakan vendor dan penggunaan hashtag, menyimpan kontak, serta membagikan konten melalui status WhatsApp. Personal selling melalui komunikasi *Word of Mouth* atau komunikasi dari mulut ke Mulut. Promosi penjualan melalui paket bundling bersama vendor. Seluruh tim Yasmine Islamic Wedding Organizer berperan sebagai *public relations* yang bertanggung jawab menjaga hubungan dan komunikasi baik dengan setiap pihak.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. karena dengan rahmat, taufik, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Yasmine Islamic Wedding Organizer dalam Meningkatkan *Brand Visibility* di Kota Kediri” serta penulis berharap semoga Allah SWT. senantiasa memberikan Ridha-Nya sehingga menjadi ilmu yang bermanfaat di dunia dan di akhirat.

Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kami Nabi agung Muhammad SAW. beserta seluruh keluarga dan para sahabat sahabatnya, yang mana dengan bimbingan beliau umat manusia dapat menggapai kebenaran yang hakiki untuk mencapai jalan yang diridhai Allah SWT., yakni Addinul Islam.

Dalam penyelesaian skripsi ini, banyak kesulitan dan rintangan yang ditemui penulis, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga menuntut penulis untuk berusaha menambah wawasan keilmuan yang lebih banyak.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada yang terhormat:

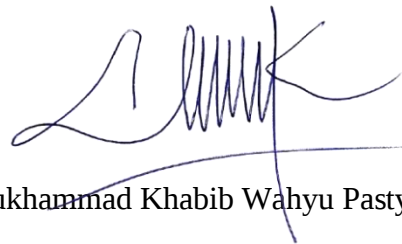
1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. A. Halil Thahir. M.HI., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Bapak Dr. Prilani M.Si. selaku dosen pembimbing I, yang telah memberikan masukan-masukan demi sempurnanya skripsi ini.

4. Ibu Ellyda Retpitaisai M.sos.selaku dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan arahan hingga terselesainya skripsi ini
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Binsis Islam IAIN Kediri.
6. Yasmine Islamic Wedding Organizer
7. Bapak, Ibuk, dan segenap keluarga yang selalu senantiasa mendoakan, menyayangi, mencintai, memberikan dukungan, dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri angkatan 2020, serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang membantu, memberikan dukungan, dan mendo'akan akan penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Akhirnya kepada semua pihak tersebut di atas, yang telah tulus ikhlas berkorban untuk membantu dan memberikan motivasi kepada penulis, sehingga menambah kelancaran dalam menyusun skripsi ini, penulis hanya bisa mendoakan semoga kebaikan mereka semua diterima Allah SWT. Semoga karya tulis ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya. Aamiin.

Kediri, 13 November 2024

Yang membuat pernyataan



(Mukhammad Khabib Wahyu Pastyo)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTO	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Konsep	12
F. Penelitian Terdahulu	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	20
A. Strategi	20
1. Pengertian Strategi	20
2. Tujuan Strategi.....	22
B. Komunikasi Pemasaran	23
1. Iklan (<i>Advertising</i>).....	26
2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	27

3. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>).....	28
4. Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>).....	29
5. Pemasaran langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	29
6. Hambatan.....	31
7. Pelanggan.....	31
C. <i>Brand Visibility</i>	32
D. <i>Wedding Organizer</i>	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
B. Kehadiran Peneliti.....	37
C. Lokasi Penelitian.....	38
D. Data dan Sumber Data.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Pengecekan Keabsahan Data	40
G. Teknik Analisis Data.....	41
H. Tahap-tahap penelitian	42
I. Sistematis Pembahasan	42
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
1. Sejarah Berdirinya Yasmine Islamic Wedding Organizer.....	43
2. Visi dan Misi Yasmine Islamic Wedding Organizer	44
3. Lokasi Perusahaan.....	45
4. <i>Price List</i> Yasmine Islamic Wedding Organizer	45
5. Struktur Organisasi Perusahaan	48
6. Distribusi Kerja dan Gambaran Kerja (<i>job Description</i>).....	49
7. Logo Yasmine Islamic Wedding Organizer	53
B. Paparan Data.....	54
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Yasmine Islamic Wedding Organizer dalam Meningkatkan Brand Visibility di Kota Kediri.....	54
2. Faktor Penghambat dan Pendorong dalam Penerapan Strategi	

Komunikasi Pemasaran Yasmine Islamic Wedding Organizer.....	66
C. Temuan Penelitian.....	73
BAB V PEMBAHASAN.....	81
A. Strategi Komunikasi Pemasaran Yasmine Islamic Wedding Organizer dalam Meningkatkan <i>Brand Visisbility</i> di Kota Kediri	83
B. Faktor Penghambat dan Pendorong dalam Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Yasmine Islamic Wedding Organizer.....	94
BAB VI PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	