

**KOMUNIKASI PEMASARAN AQIQAH NURUL HAYAT KEDIRI**

**SKRIPSI**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

**AHMAD WIJANARKO PUSPITO**  
**9.335.006.13**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
**FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**  
**2020**

## **MOTTO**

# **A.S.U.H**

"Aman, Sehat, Utuh, Halal"

Secara umum ketika seorang memakan yang halal maka makanan tersebut akan menjadi energi yang sangat baik untuk kita sehari-hari, bahkan ketika kehalalan pada makanan tersebut bisa menjadi energi yg baik untuk tubuh kita, digunakan untuk beraktifitas sehari-hari.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah ku panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepadaMu Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti di sekeliling saya, yang selalu memberi semangat dan doa, sehingga skripsi saya ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

*Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk:*

- ✓ Untuk segala yang memberi kehidupan.
- ✓ Ibu Supin Insyah tersayang, Ayahanda Pandi Puspito
- ✓ Dosen pembimbing skripsi (Bapak Dr. Prilani, M.Si, dan Ibu Siti Amanah, M.Si) yang telah rela meluangkan tenaga dan waktunya dalam memberikan bimbingan dan pengarahan selama menyelesaikan skripsi ini.
- ✓ Keluarga mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 yang telah berproses bersama selama di IAIN Kediri. Tidak perlu saya sebutkan satu persatu. Kalian luar biasa.
- ✓ Keluarga besar UKM Mahaspala IAIN Kediri.
- ✓ Setiap orang yang selalu bertanya “Wes teko bab piro?”, “Kapan lulus?”.
- ✓ TL MNC Vision (NB Lesmana) yang selalu support pekerjaan saya dan teman-teman MNC terima kasih banyak untuk motivasinya selama ini.

## ABSTRAK

AHMAD WIJANARKO PUSPITO, Dosen Pembimbing Dr. PRILANI, M.Si dan SITI AMANAH, M.Si : Komunikasi Pemasaran Aqiqah Nurul Hayat Kediri, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, 2020.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, Aqiqah Nurul Hayat Kediri.

Meningkatnya kesadaran orang tua untuk mengadakan aqiqah untuk anaknya, menjadi peluang usaha sebagian orang atau lembaga untuk membuka jasa aqiqah. Ada banyak pihak-pihak yang membuka jasa aqiqah, baik perorangan maupun kelembagaan. Umumnya, jasa aqiqah terdapat pada pengusaha catering atau penjual sate, namun ada juga yang merupakan bagian dari program bisnis dari sebuah lembaga zakat, infak, dan sedekah. Ada beberapa lembaga atau badan usaha aqiqah di Kota Kediri, yang disinyalir telah memiliki status legal formal yang berlaku, diantaranya SARIRASA Aqiqah & *Catering*, Aqiqah Bunayya, Aqiqah Mandiri & *Catering* dan Aqiqah Nurul Hayat Kediri. Salah satu dari lembaga atau badan usaha aqiqah yang telah memiliki nama besar adalah Aqiqah Nurul Hayat. Aqiqah Nurul Hayat beriringan dengan Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat, sehingga penulis tertarik untuk meneliti dan berfokus pada bagaimana bauran komunikasi pemasarannya dan faktor penghambat dan pendukung dari pelaksanaan komunikasi pemasaran. *Branding* Nurul Hayat sebagai lembaga yang terpercaya dan berpegang pada syariat Islam menjadi daya tarik khalayak untuk menggunakan jasa layanan Aqiqah Nurul Hayat Kediri.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini nantinya mendeskripsikan tentang strategi pencitraan yang diterapkan oleh unit usaha Aqiqah Nurul Hayat Cabang Kediri dalam upaya meraih minat konsumen. Dalam pendekatan kualitatif, proses riset berawal dari suatu observasi lokasi penelitian. Pendekatan ini bersifat menjelajah, teori berfungsi sebagai pisau analisis yang membantu peneliti untuk memaknai data.

Hasil penelitian menunjukkan bauran komunikasi Aqiqah Nurul Hayat antara lain produk yang menjadi bisnis usaha memiliki kualitas baik, promosi yang dilakukan sewajarnya, tidak melebihi-melebihi kondisi produk (*Over Promises*), menunjukkan kondisi sebenarnya dari produk mulai dari bahan-bahan, penyembelihan, pengolahan serta distribusinya kepada pelanggan. Nurul Hayat memiliki Lembaga Amil Zakat yang menyalurkan bantuan dari donatur kepada pihak yang membutuhkan, iklan sering diluncurkan di berbagai media, dan membuka berbagai platform untuk pemesanan dan saran pelanggan. Hal tersebut secara tidak langsung meningkatkan citra pada produk bisnis aqiqah Nurul Hayat.

## KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan taufik, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, dan penulis berharap semoga Allah senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat di dunia maupun akhirat, amin.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah memberikan petunjuk kepada jalan yang diridhai oleh Allah SWT, dengan ajaran yang dibawanya, yaitu ajaran agama Islam.

Untuk mewujudkan skripsi ini, banyak sekali pihak-pihak yang memberikan bantuan kepada penulis, sehingga meskipun mengalami banyak kesulitan, penulis dapat menyelesaikannya. Untuk itu, penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Nur Chamid, M.M., Rektor IAIN Kediri.
2. Dr. H. Moh. Asror Yusuf, M.Ag., Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Dr. Prilani, M.Si, Pembimbing I, dan Siti Amanah, M.Si., Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri, sekaligus Pembimbing II.
4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam beserta staf Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
5. Teman-teman mahasiswa IAIN Kediri, serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu dalam penyelesaian penyusunan

skripsi ini, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT, Amin.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, karena itulah penulis berharap kepada semua pihak yang membaca agar memberikan saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Amin.

Kediri, 24 April 2020  
Penulis

**Ahmad Wijanarko Puspito**  
NIM.: 9335.006.13

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	7
E. Telaah Pustaka .....	7
<b>BAB II: LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
A. Kajian Teori Komunikasi.....	11
B. Teori Wilbur Schramm .....	12
C. Definisi Pemasaran .....	14
D. Komunikasi Pemasaran.....	18
E. Aqiqah Nurul Hayat .....	21
<b>BAB III: METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	25
B. Sumber Data.....	25
C. Teknik Pengumpulan Data.....	26
D. Pengecekan Keabsahan Data .....	27
E. Analisis Data .....	29
<b>BAB IV: PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
A. Paparan Data .....	31
B. Temuan Penelitian.....	38

<b>BAB V: PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Interpretasi Teori Wilbur Schramm Pada Pemasaran Aqiqah Nurul Hayat Kediri.....	44
B. Analisis Milles Dan Hubberman Terhadap Komunikasi Pemasaran Aqiqah Nurul Hayat .....	48
<b>BAB VI: PENUTUP.....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan .....	55
B. Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>BIOGRAFI PENULIS</b>	