

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV ULFA MERDEKA PARTY

PLANNER DALAM MENARIK KONSUMEN DI KOTA KEDIRI

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh :

MOCHAMAD FIKY YUNUS

9335.033.15

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV ULFA MERDEKA PARTY
PLANNER DALAM MENARIK KONSUMEN DI KOTA KEDIRI**

MOCHAMAD FIKY YUNUS

9335.033.15

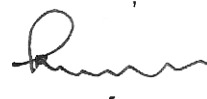
Disetujui oleh:

Pembimbing I



Siti Amanah, M.Si
NIP. 19791212 201101 2 005

Pembimbing II



Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M. Si.
NIP. 19801014 200912 2 002

NOTA DINAS

Nomor : Kediri, 26 Januari 2022
Lamp : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi
Kepada
Yth, Bapak Rektor Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Rektor untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : MOCHAMAD FIKY YUNUS

NIM : 9335.033.15

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV ULFA
MERDEKA *PARTY PLANNER* DALAM MENARIK
KONSUMEN DI KOTA KEDIRI

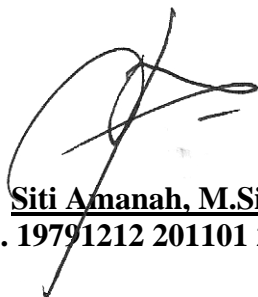
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 18 Februari 2022, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum adanya.

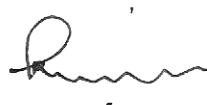
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II



Siti Amanah, M.Si
NIP. 19791212 201101 2 005



Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M. Si.
NIP. 19801014 200912 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV ULFA MERDEKA PARTY
PLANNER DALAM MENARIK KONSUMEN DI KOTA KEDIRI**

**MOCHAMAD FIKY YUNUS
9335.033.15**

Telah diujikan di depan sidang munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal **18 Februari 2022**

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Prilani, M.Si

NIP. 19780421 200501 1 002

()

2. Penguji I

Siti Amanah, M.Si

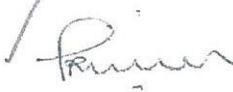
NIP. 19791212 201101 2 005

()

3. Penguji II

Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M. Si

NIP. 19801014 200912 2 002

()

Kediri, 4 Maret 2022

Dekan Fakultas Ilmu Ushuluddin dan Dakwah



Prof. Dr. Moh. Asror Yusuf, M.Ag

NIP.19750613 200312 1 004



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
PERPUSTAKAAN

Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kota Kediri
E-Mail: perpustakaan@iainkediri.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

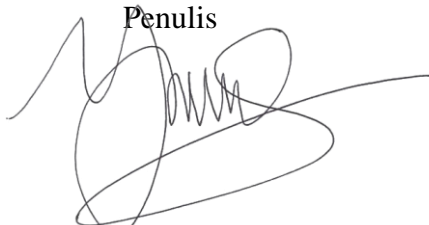
Nama : Mochamad Fiky Yunus
NIM : 933503315
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah / Program Studi Komunikasi Dan
Penyiaran Islam
E-mail address : mfikyyunus@gmail.com
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi Tesis Disertasi
 Lain-lain (.....)
Judul Karya Ilmiah : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CV ULFA MERDEKA
PARTY PLANNER DALAM MENARIK KONSUMEN DI KOTA
KEDIRI

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut diatas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Kediri berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 11 Oktober 2022

Penulis

(Mochamad Fiky Yunus)

MOTTO

Usaha tanpa doa adalah sombong, doa tanpa usaha adalah sia-sia. Maka haruslah beriringan keduanya dan diakhiri tawakkal kepada Allah¹

¹ Intan Sari Nur Jannah S. Sos

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayangMu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk:

- ✓ Terima kasih kepada orang tua saya tersayang Ibu Wiwik Sumarni dan Bapak Mudhofir atas dukungan moral maupun materi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
- ✓ Kedua saudara saya Mochamad Yusuf Efendy dan Silla Sabilla yang sangat saya sayangi, semoga keselamatan, kesehatan dan kesuksesan selalu mengiringi langkah kakimu.
- ✓ Dosen pembimbing skripsi (Ibu Siti Amanah, M.Si dan Ibu Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si) yang telah rela meluangkan tenaga dan waktunya dalam memberikan bimbingan dan pengarahan selama menyelesaikan skripsi ini.
- ✓ Seluruh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015 yang telah berproses bersama selama di IAIN Kediri. Tidak perlu saya sebutkan satu persatu. Kalian luar biasa.
- ✓ Segenap para pembaca yang budiman.

ABSTRAK

Mochamad Fiky Yunus. Dosen Pembimbing: Siti Amanah, M.Si, Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si, Strategi Komunikasi Pemasaran CV Ulfa Merdeka *Party Planner* Dalam Menarik Konsumen Di Kota Kediri, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, 2022.

Kata Kunci: strategi, komunikasi pemasaran, konsumen

Strategi perencanaan komunikasi pemasaran berfokus pada tujuan jangka panjang suatu perusahaan. Ketika perusahaan harus mampu untuk menghidupkan dan mengelola visi perusahaan, ditetapkanlah strategi dengan mencari peluang yang menarik dan merencanakan cara terbaik untuk memanfaatkannya guna mencapai segmen pasar baru. Oleh karena itu, diharapkan kegiatan pemasaran perusahaan dapat diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Tujuan dari pada penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran CV Ulfa Merdeka *Party Planner* sebagai upaya menarik konsumen di Kota Kediri dan untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh CV Ulfa Merdeka *Party Planner* dalam menjalankan strategi komunikasi pemasarannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Objek dalam penelitian ini adalah CV Ulfa Merdeka *Party Planner*. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh CV Ulfa Merdeka *Party Planner* sebagai cara menarik konsumen di Kota Kediri menggunakan metode IMC yang meliputi periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal, dan pemasaran langsung. (2) Kendala yang dihadapi oleh CV Ulfa Merdeka *Party Planner* yaitu gagal menjangkau sasaran konsumen yang dituju, dikarenakan 1. Penawaran yang disampaikan belum berhasil menarik perhatian dan minat konsumen. 2. Kurang menyakinkan target pasar. 3. Konsumen tidak bisa langsung percaya tanpa adanya dukungan bukti nyata, produsen kurang menyakinkan target pasar. 4. Pesan utama tidak tersampaikan, karena sangat singkat dalam menginformasikan penawaran.

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. Nur Chamid, M. M., selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Prof. Dr. Moh. Asror Yusuf, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Siti Amanah, M.Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri dan dosen pembimbing I.
4. Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si selaku dosen pembimbing II.
5. Dr. Prilani, M.Si selaku dosen penguji utama.

6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam beserta staf Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
7. Kedua orang tua dan segenap keluarga serta orang-orang yang senantiasa mendo'akan, menyayangi, membantu, dan memotivasi hingga penulis dapat menyelesaikan studi.
8. 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, 26 Januari 2022

Penulis

Mochamad Fiky Yunus

NIM. 9335.033.15

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kegunaan Penelitian.....	12
E. Telaah Pustaka	13
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Strategi Komunikasi Pemasaran	16
1. Strategi.....	16
2. Komunikasi	17
3. Pemasaran.....	20
4. Komunikasi Pemasaran	21
5. Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (IMC).....	22
6. Pemasaran Jasa	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27
B. Lokasi Penelitian.....	28
C. Kehadiran Peneliti.....	28
D. Data dan Sumber Data	29

E. Pengumpulan Data	31
F. Analisis Data	34
G. Keabsahan Data.....	35
H. Tahap-tahap Penelitian.....	36
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
1. Sejarah Singkat CV Ulfa Merdeka Party Planner	39
2. Visi Dan Misi CV Ulfa Merdeka <i>Party Planner</i>	40
3. Struktur Organisasi dan Jabatan CV Ulfa Merdeka <i>Party</i> <i>Planner</i>	40
4. <i>Jobdesk</i> Tim CV Ulfa Merdeka <i>Party Planner</i>	41
5. Rangkaian Kegiatan CV Ulfa Merdeka <i>Party Planner</i>	44
B. Paparan Data	49
1. Strategi Komunikasi Pemasaran CV Ulfa Merdeka Party Planner Dalam Menarik Konsumen di Kota Kediri	49
2. Kendala yang dihadapi Ulfa Merdeka <i>Party Planner</i> Dalam Menjalankan Strategi Komunikasi Pemasaran	58
C. Temuan Penelitian.....	60
BAB V PEMBAHASAN	64
BAB VI PENUTUP	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	