

**STRATEGI PROMOSI PT. AL-MADINAH DALAM MEWUJUDKAN TEMA  
UMRAH MURAH SESUAI SUNNAH MELALUI PROGRAM “PAKET  
HEMAT” PADA CALON KONSUMEN DI YOGYAKARTA  
TAHUN 2014**

SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Disusun Oleh:

FERI IRAWAN  
20110530094

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2015

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Pada : Hari : Senin

Tanggal : 16 November 2015

Tempat : Ruang Rapat

Nilai :

### SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Dr. Suciati, S. Sos., M.Si

Penguji I

Penguji II

Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom.

Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Sn

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 16 Desember 2015

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

## **HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama : Feri Irawan**

**NIM : 20110530094**

**Konsentrasi : Advertising**

**Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaanya.

Penulis

(Feri Irawan)

## **MOTTO**

Hidup ini seperti naik sepeda, agar tetap seimbang kamu harus terus bergerak

“Albert Einstein”

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Bapak Sugi Hartono dan Ibu Kartini yang tak pernah lelah untuk merawat, membesarkan dan mendidik hingga dewasa ini, perjuanganmu adalah hal terbesar yang melebihi segalanya. Jika diungkapkan dengan kata-kata maka berjuta lembarpun tak cukup untuk melukiskannya.

Kakak Eka Suryani, Dodi Irawan, dan Adik Tegar Hermawan saudara kandung yang semoga mampu menjadi kebanggaan orang tua kita. Keponakan Mutiara Salsabila bagaikan malaikat kecil yang hebat dan kuat. Kakek Alm. Mbah Boiman dan Mbah Sutinah yang selalu memberikan kasih sayang serta kelembutan dalam mendidik anak serta cucunya. Padhe, Budhe, Om, dan Tante. Saudaraku kakak dan adik sepupu yang tak akan cukup bila disebutkan satu persatu, dan juga buat calon istriku nanti.

Terimakasih juga untuk teman kos Afif AF, Andi (Tejo), Arai, Hasbi, Ifint, Indra Nugroho, Indra Radita, Paul, Riski Fajrurohman, Sang Nyoman, Zulham Yahya. Teman-teman Adhityo, Maifan, Ervin, Heksa, Fanny, Pak Yudi, Kamalia, Annisa Mutya, Yuda, Raden Yaya, Affan K.P, Apis, Nata, Dita, serta segenap Advertour 2011, Agus, Helmi, Ucup, Aan, Rudi, Dimas, Ade, Oris, Purkon, Royki, Della, Anggun, Eka, Azhar, Manda, Tata, Basopi, Gita, Lutvi, Hambali, Ahyar, Malik, serta segenap Ilmu Komunikasi 2011, Save Sarkem FC, Team KKN Wedi Utah, CBI dan CBCL, Teman-teman di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR

Assalamuallaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan cinta, kasih dan rahmatnya, baik berupa kenikmatan maupun kesehatan lahir dan batin sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Sholawat serta salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sosok pencerah dan pembebas umat manusia.

Selama penelitian skripsi dengan judul “Strategi Promosi PT. Al-Madinah Dalam Mewujudkan Tema Umroh Murah Sesuai Sunnah Melalui Program Paket Hemat Pada Calon Konsumen di Yogyakarta Tahun 2014“ maupun menempuh study di jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Cipto, MA. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

3. Ibu Dr. Suciati, M.Si. selaku pembimbing yang selalu meluangkan waktu, saran dan dukungannya dalam membimbing saya selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom. selaku dosen penguji I dan Bapak Zudan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn. selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan, kritikan, dan saran bagi penulis.
5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terima kasih untuk bimbingannya dan ilmu yang telah diberikan kepada peneliti selama ini.
6. Seluruh karyawan dan civitas akademik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk pelayanan dan bantuannya selama ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Akhir kata peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan semua pihak yang berkepentingan.

Wassalamuallaikum Wr. Wb.

Yogyakarta,

Peneliti

Feri Irawan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Kerangka Teori .....	10
1. Strategi Promosi .....	10
2. Perencanaan Promosi .....	14
3. Bauran Promosi .....	16
4. Evaluasi Promosi .....	20



F. Metode Penelitian .....	22
1. Jenis Penelitian .....	22
2. Objek Penelitian .....	22
3. Teknik Pengumpulan Data .....	23
4. Teknik Analisis Data .....	25
5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	26
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
A. Sejarah Umum Perusahaan .....	27
B. Logo dan Arti Perusahaan .....	30
C. Struktur Organisasi .....	31
D. Produk Perusahaan .....	31
E. Program-Program Perusahaan .....	34
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
A. Sajian Data .....	47
1. Perencanaan strategi promosi PT. Al-Madinah dalam mewujudkan tema Umroh Murah Sesuai Sunnah melalui Program Paket Hemat .....	47
2. Pelaksanaan strategi promosi PT. Al-Madinah dalam mewujudkan tema Umroh Murah Sesuai Sunnah melalui Program Paket Hemat .....	58
3. Evaluasi strategi promosi PT. Al-Madinah dalam	

mewujudkan tema Umroh Murah Sesuai Sunnah melalui Program Paket Hemat .....	69
4. Tanggapan alumni terhadap strategi promosi PT. Al-Madinah dalam mewujudkan tema Umroh Murah Sesuai Sunnah melalui Program Paket Hemat .....	71
B. Pembahasan .....	73
1. Perencanaan strategi promosi PT. Al-Madinah dalam mewujudkan tema Umroh Murah Sesuai Sunnah melalui Program Paket Hemat .....	73
2. Pelaksanaan strategi promosi PT. Al-Madinah dalam mewujudkan tema Umroh Murah Sesuai Sunnah melalui Program Paket Hemat .....	81
3. Evaluasi strategi promosi PT. Al-Madinah dalam mewujudkan tema Umroh Murah Sesuai Sunnah melalui Program Paket Hemat .....	93
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>95</b>
A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	96

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **Daftar Tabel**

Tb 1: Data alumni jamaah umrah PT. Al-Madinah .....	6
Tb 2: Data alumni jamaah umrah PT. Nabawi Mulia .....	7
Tb 3: Data alumni jamaah umrah PT. Amana Tour & Travel .....	7
Tb 4: Data alumni jamaah umrah PT. Mutiara Tour & Travel .....	8
Tb 5: Perbandingan jumlah tamu dari bulan Januari sampai dengan September 2014 .....	70

## Daftar Gambar

Gb1: Brosur PT. Al-Madinah .....	59
Gb 2: Brosur PT. Al-Madinah .....	59
Gb 3: Poster PT. Al-Madinah .....	60
Gb 4: <i>Leaflet</i> PT. Al-Madinah .....	63
Gb 5: <i>Billboard</i> PT. Al-Madinah .....	64
Gb 6: <i>Billboard</i> PT. Al-Madinah .....	64
Gb 7: Hubungan Masyarakat dan Publisitas PT. Al-Madinah .....	66
Gb 8: Pengadaan Acara dan Pameran PT. Al-Madinah .....	67

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Feri Irawan**

**Strategi Promosi PT. Al-Madinah Dalam Mewujudkan Tema Umrah Murah Sesuai Sunnah Melalui Program Paket Hemat Pada Calon Konsumen di Yogyakarta 2014**

**Tahun Skripsi : 2015 + 98 Halaman + 5 Tabel + 8 Gambar**

**Daftar Pustaka : 16 Buku (Tahun 1993 – 2013) + 3 Sumber Internet**

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini membahas bagaimana penerapan strategi promosi PT. Al-Madinah dalam mewujudkan tema umrah murah sesuai sunnah melalui program paket hemat pada calon konsumen di Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Al-Madinah. Kerangka teori dalam penelitian ini adalah Strategi promosi, Perencanaan promosi, Bauran Promosi dan Evaluasi promosi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menginformasikan fakta, menguraikan situasi atau peristiwa yang ada dan mengecek keabsahan data. Objek yang diteliti merupakan strategi promosi PT. Al-Madinah dan penerapannya yang dilakukan oleh team marketing PT. Al-Madinah. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui wawancara, dokumentasi dan observasi. Teknik analisis yang dilakukan setelah pengumpulan data yaitu mereduksi data, menyajikan data, dan menyimpulkan data. Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi promosi PT. Al-Madinah banyak menggunakan elemen promosi berupa penjualan perorangan, periklanan, promosi penjualan, pengadaan acara dan pameran, pemasaran sponsor, penjualan langsung, dan publisitas dan kehumasan. Seluruh kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk menarik minat konsumen yang berasal dari luar maupun dalam Yogyakarta.

**Kata Kunci : Strategi Promosi, Paket Hemat, Umrah**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Feri Irawan**

**Strategi Promosi PT. Al-Madinah Dalam Mewujudkan Tema Umrah Murah Sesuai Sunnah Melalui Program Paket Hemat Pada Calon Konsumen di Yogyakarta 2014**

**Thesis Year : 2015 + 98 Page + 5 Table + 8 Images**

**Bibliography : 16 Books (Year 1993 – 2013) + 3 Internet Sources**

#### **ABSTRACT**

This study discusses how the implementation of promotional strategies PT. Al-Madinah in realizing low-appropriate theme sunnah pilgrimage through efficient package program to potential consumers in Yogyakarta. The purpose of this study was to describe the implementation of promotional strategies conducted by PT. Al-Madinah. The theoretical framework of this research is the promotion strategy, planning promotion, Promotion Mix and Evaluation of promotion. The method used in this research is qualitative descriptive that aims to inform the facts, outlining the existing situation or event and check the validity of the data. The object under study is a promotional strategy PT. Al-Madinah and enforcement are performed by a team of marketing PT. Al-Madinah. The data collected in this study through interviews, documentation and observation. Engineering analysis conducted after collection of data that is reducing the data, presenting data, and infer data. This study shows that the implementation of promotional strategies PT. Al-Madinah much use elements such as individual sales promotion, advertising, sales promotion, events and exhibitions procurement, sponsorship marketing, direct sales, and publicity and public relations. All activities are conducted aiming to attract customers who come from outside and in Yogyakarta.

**Keywords: Promotion Strategy, Saver Package, Umrah**