

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI PAMERAN
PATRON WEDDING ORGANIZER YOGYAKARTA
TAHUN 2018**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

ANNISYA IRMADANI

20130530306

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

2020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisya Irmadani

NIM : 20130530306

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Fakultas : Ilmu sosial dan Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH PATRON WEDDING ORGANIZER YOGYAKARTA MELALUI PAMERAN TAHUN 2018" ini benar karya saya sendiri. Seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan benar. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis kecuali sebagai acuan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 7 September 2020



Yang menyatakan,

Annisya Irmadani

HALAMAN MOTTO

SUNGGUH..

KERIDHAAN ALLAH DAPAT MEMENUHI SEMUA HARAPAN

HAMBANYA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT , Nabi besar Muhammad SAW.
2. Kedua orang tua tersayang saya, doa dan ridho mama papa selalu berpengaruh besar untuk kehidupan saya.
3. Kakak saya, Kartika Novi Ardiantari. Terimakasih sekali bantuannya semoga selalu dimudahkan Allah kehidupanmu.
4. Bapak Haryadi Arief Nuur Rahman S.IP.,M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang sangat membantu dan mengerti saya dengan penuh kesabaran serta pengertiannya memberikan bimbingan, pelajaran, kesempatan waktu dan dukungan kepada penulis mulai dari awal proses pembuatan proposal, penelitian skripsi hingga penyelesaian skripsi ini. Saya mohon maaf atas kesalahan.
5. Ibu Dr.Suciati,S.Sos.,M.Si. dan juga ibu Sovia Sitta Sari ,mS.IP.,M.Si. selaku penguji skripsi saya.

6. Bapak Sam, Ibu Yuna dan staff Patron Wedding Organizer sebagai objek penelitian saya.
7. Teman-teman dekat saya, terimakasih banyak sudah menampung ceritaku.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa barokah dan manfaat bagi pengembangan Ilmu khususnya Ilmu Komunikasi di dunia *Advertising*.

Yogyakarta, 7 September 2020

Annisya Irmadani

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Kajian Teori	8
1.5.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.	8
1.5.1.1 Pemasaran	8
1.5.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	9
1.5.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	9
1.5.2 Bauran Pemasaran Jasa.....	16
1.5.2.1 Pemasaran Jasa	17
1.5.2.2 Personal Selling.....	18
1.6. METODE PENELITIAN	24
1.6.1 Jenis Penelitian.....	24
1.6.2 Waktu dan Tempat Penelitian	26
1.6.3 Subjek dan objek penelitian.....	26
1.6.4 Sumber Data.....	27
1.6.5 Metode Pengumpulan Data.....	28
1.6.6 Teknik Analisis Data.....	30
1.6.7 Uji Validitas Data.....	31
BAB II.....	33
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	33
2.2 Sejarah Patron Wedding Organizer	33
2.3. Logo Patron Wedding Organizer	35
2.4. Visi Dan Misi Patron Wedding Organizer.....	35
2.5. Struktur Organisasi Objek Penelitian	37
2.6. Informasi Kontak Patron Wedding Organizer	31

2.7 Jenis Layanan Patron Wedding Organizer.....	42
2.8 Aturan Karyawan.....	43
BAB III.....	44
SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	44
3.1. Sajian Data.....	44
3.1.1. Strategi Komunikasi Pemasaran	45
3.1.2. Bauran Pemasaran Jasa.....	59
3.1.3 Personal Selling.....	65
3.1.4 Pameran.....	72
3.2. Analisis Data.....	73
3.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Patron Wedding Organizer.	73
3.2.2. Bauran Pemasaran Jasa.....	79
3.2.3 Personal Selling.....	81
3.2.4 Pameran.....	84
BAB IV.....	87
PENUTUP.....	87
A. KESIMPULAN.....	87
B. SARAN.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah Follower Instagram WO.....	4
Tabel 1. 2 Tabel Klien Patron Wedding Organizer.....	7

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Patron Wedding Organizer.....	36
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Patron WO.....	38
Gambar 2.2 Paket Layanan Patron WO.....	43
Gambar 3.1 Suasana Layanan Patron Wedding Organizer.....	36
Gambar 3.2 Suasana Layanan Patron Wedding Organizer.....	36
Gambar 3.3 Pameran Wedding Expo Mall JCM.....	69
Gambar 3.4 Pameran Wedding Expo Mall JCM.....	69
Gambar 3.5 Audiensi Pameran Wedding Expo Mall JCM 2018.....	70
Gambar 3.6 Pameran Wedding Expo Mall JCM.....	71
Gambar 3.7 Kartu Nama Marketing Patron WO.....	72
Gambar 3.8 Suasana Layanan Patron Wedding Organizer.....	74
Gambar 3.9 Suasana Layanan Patron Wedding Organizer.....	74
Gambar 3.10 Suasana Layanan Patron Wedding Organizer.....	75
Gambar 3.11 Rundown Acara Layanan Patron WO.....	76