

**“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *WIKAWA WEDDING*  
*ORGANIZER* BANJARMASIN DALAM MENDAPATKAN  
KEPERCAYAAN KLIEN”**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Pembuatan Skripsi Pada Program Studi*

*Ilmu Komunikasi*



Oleh :

Jefrin Apriliady

NIM : 1710414610016

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLIRIK  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN**

**2023**

## ABSTRAK

**Jeفرin Apriliady. 1710414610016. 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Wikawa Wedding Organizer Dalam Mendapatkan Kepercayaan Klien. Dibawah bimbingan Ibu Noviana Sari dan Ibu Astinana Yuliarti.**

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Wikawa Wedding Organizer dalam mendapatkan kepercayaan klien nya. Penelitian ini berdasarkan pada pernyataan dari klien yang pernah menggunakan jasa dari Wikawa Wedding Organizer.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan melalui wawancara, pengamatan atau observasi, dan dokumentasi. Pada penelitian ini terdapat 7 informan utama, yaitu Pemilik atau Owner dari Wikawa Wedding Organizer, 2 Tim Inti dari Wikawa Wedding Organizer, serta 4 Klien yang pernah menggunakan jasa Wikawa. Analisis data pada penelitian ini dilakukan melalui beberapa langkah, yaitu Pengumpulan data, Reduksi Data, Penyajian Data, dan Kesimpulan atau Verifikasi.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa strategi wikawa wedding organizer Banjarmasin dalam mendapatkan kepercayaan klien dalam penelitian yang dimana untuk mendapatkan kepercayaan klien tersebut wikawa organizer sendiri menggunakan menggunakan strategi-strategi bauran komunikasi pemasaran. Yaitu meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung dan hubungan masyarakat. Dari ke lima strategi inilah wikawa organizer sendiri dapat menjalankan proses pemasarannya untuk mendapatkan kepercayaan dari kliennya.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Pemasaran, Wedding Organizer, Kepercayaan Klien,

## ABSTRACT

**Jeferin Apriliady. 1710414610016. 2023. Wikawa Wedding Organizer's Marketing Communication Strategy in Gaining Client Trust. Under the guidance of Mrs. Noviana Sari and Mrs. Astinana Yuliarti.**

The purpose of this study is to find out how the marketing communication strategy carried out by Wikawa Wedding Organizer in gaining the trust of its clients. This research is based on statements from clients who have used the services of Wikawa Wedding Organizer.

This research uses a qualitative approach with a descriptive type of research. Data in this study were collected through interviews, observations or observations, and documentation. In this study there were 7 main informants, namely the Owner of Wikawa Wedding Organizer, 2 Core Teams of Wikawa Wedding Organizer, and 4 Clients who had used Wikawa's services. Data analysis in this study was carried out through several steps, namely Data Collection, Data Reduction, Data Presentation, and Conclusion or Verification.

The result of this study is that the strategy of Wikawa wedding organizer Banjarmasin in gaining client trust in research where to gain client trust Wikawa organizer itself uses marketing communication mix strategies. These include advertising, sales promotion, personal selling, direct marketing and public relations. Of these five strategies, Wikawa organizer himself can run his marketing process to gain the trust of his clients.

Keywords : Communication Strategy, Marketing, Wedding Organizer, Client Trust,

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan doktor) baik di Universitas Lambung Mangkurat maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Banjarmasin, 21 Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Handwritten signature of Jefrin Apriadi.

Jefrin Apriadiy

1710414610016



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen. H. Hasan Basry Banjarmasin 70123 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**SURAT KETERANGAN**  
**KELAYAKAN SIDANG AKHIR SKRIPSI/TESIS**  
Nomor : 850/UN8.1.13/SP/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indra Yuslianto, S.Pd  
NIP : 198008032005011002  
Pangkat/Gol : III/d/Penata Tk.I  
Jabatan : Sub Koordinator Akademik FISIP ULM

Menerangkan bahwa :

Nama : Jefrin Apriliady  
NIM : 1710414610016  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : "Strategi Komunikasi Pemasaran Wikawa Wedding Organizer  
Banjarmasin Dalam Mendapatkan Kepercayaan Klien"

Dengan ini menerangkan atas nama tersebut diatas sudah memenuhi syarat administrasi untuk melaksanakan sidang Skripsi/Tesis Semester Ganjil 2023/2024.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Banjarmasin, 13 Desember 2023  
Sub Koordinator Akademik,



Indra Yuslianto, S.Pd.  
NIP.198008032005011002





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Pada hari ini Rabu Dua Puluh Desember Dua Ribu Dua Puluh Tiga, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 7243/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 16 Desember 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Jefrin Apriliady  
NIM : 1710414610016  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Wikawa Wedding Organizer Banjarmasin Dalam Mendapatkan Kepercayaan Klien

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi  
Waktu Ujian : 12.00 s/d selesai  
Nilai : 79,36 (A-)  
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

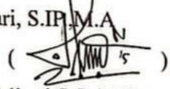
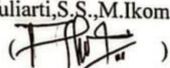
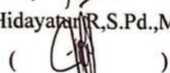
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 20 Desember 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Jefrin Apriliady

1. Ketua : Noviana Sari, S.IP.,M.A.  
(  )
2. Sekretaris : Astinana Yuliarti, S.S.,M.Ikom  
(  )
3. Anggota : Putri Ayu Hidayatun, S.Pd.,MA  
(  )

Mengetahui/membenarkan :  
a.n. D e k a n

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si  
NIP. 198208212006042002

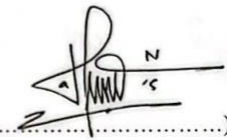



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,  
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI  
STRATEGI KOMUNIKAI PEMASARAN *WIKAWA WEDDING ORGANIZER*  
BANJARMASIN DALAM MENDAPATKAN KEPERCAYAAN KLIEN

- A. Nama Mahasiswa : Jefrin Apriliady  
NIM : 1710414610016
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 79,36 (A-) dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, pada 20 Desember 2023.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua  
Noviana Sari, S.IP.,MA  
NIP. 198511072015042001
- b. Sekretaris  
Astinana Yuliarti, S.S., M.Ikom  
NIP. 19878907302019032018
- c. Anggota  
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M A  
NIP. 199218022019032020

(.....)


(.....)

(.....)

Banjarmasin, 6 May 2024  
Ketua Pembimbing,

(.....)  
Noviana Sari, S.IP.,MA  
NIP. 198511072015042001

Mengetahui  
Dekan FISIP ULM

(.....)  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.  
NIP.197301221908021001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, berkat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan laporan proposal skripsi saya yang berjudul *“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WIKAWA WEDDING ORGANIZER BANJARMASIN DALAM MENDAPATKAN KEPERCAYAAN KLIEN”* tepat pada waktu yang saya inginkan. Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin

Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Suryadi., S.Sos., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh S.Pd, MA selaku dosen penguji saya.
5. Ibu Noviana Sari S.IP., M.A selaku dosen pembimbing pertama saya.
6. Ibu Astinana Yuliarti, S.S., M.I.Kom selaku dosen pembimbing kedua saya.
7. Segenap dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada saya.



8. Kedua orang tua dan saudara saya atas doa, bimbingan, serta kasih sayang yang selalu tercurah selama ini.
9. *Wikawa Wedding Organizer*, dan khususnya Bang Abdul yang sudah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian mengenai Wikawa.
10. Mutiea Rizqha yang sudah berusaha membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini.

Saya sangat-sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Saya mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan, serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Banjarmasin, Desember 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>I</b>	
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>II .....</b>	<b>ii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>ix</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>	
1.1. LATAR BELAKANG.....	1	
1.2. RUMUSAN MASALAH .....	6	
1.3. TUJUAN PENELITIAN.....	6	
1.4. MANFAAT PENELITIAN.....	6	
<b>BAB II.....</b>	<b>7</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>	
2.1. PENELITIAN TERDAHULU .....	7	
2.2. TINJAUAN KONSEPTUAL.....	12	
2.2.1. <i>Komunikasi</i> .....	12	
2.2.2. <i>Komunikasi Pemasaran</i> .....	16	
2.2.3. <i>Strategi Komunikasi</i> .....	18	
2.2.4. <i>Bauran Komunikasi Pemasaran / Marketing Communication Mix</i> .....	21	
2.2.5. <i>Konsep Strategi Pemasaran</i> .....	26	
2.2.5. <i>Kepercayaan Klien</i> .....	35	
2.2.6. <i>Wedding Organizer</i> .....	37	
2.3. TINJAUAN TEORI .....	42	
2.3.1 <i>Teori Marketing Mix</i> .....	42	
2.4. KERANGKA PEMIKIRAN .....	43	
<b>BAB III.....</b>	<b>44</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA / KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>44</b>	
3.1. PENDEKATAN PENELITIAN .....	45	
3.2. TIPE PENELITIAN .....	46	
3.3. OBJEK PENELITIAN .....	46	
3.4. INFORMAN PENELITIAN .....	46	
3.5. JENIS DAN SUMBER DATA.....	47	
3.5.1. <i>Jenis Data</i> .....	47	
3.5.2. <i>Sumber Data</i> .....	48	
3.6. TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	48	
3.7. TEKNIK ANALISIS DATA .....	50	
3.8. TRIANGULASI DATA.....	51	
3.9. LOKASI, WAKTU, DAN JADWAL PENELITIAN .....	52	
3.9.1. <i>Lokasi Penelitian</i> .....	52	
3.9.2. <i>Waktu Penelitian</i> .....	52	
<b>BAB IV .....</b>	<b>54</b>	
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>	
4.1. GAMBARAN UMUM .....	54	
4.1.1. <i>Gambaran Umum Wikawa Organizer</i> .....	54	
4.1.2. <i>Logo Wikawa Organizer</i> .....	57	
4.1.3. <i>Struktur organisasi wikawa organizer</i> .....	59	
4.2. HASIL PENELITIAN.....	59	
4.2.1. <i>Periklanan</i> .....	61	
4.2.2. <i>Promosi Penjualan</i> .....	63	

4.2.3. <i>Penjualan Personal</i> .....	64
4.2.4. <i>Pemasaran Langsung</i> .....	66
4.3. PEMBAHASAN.....	68
4.3.1. <i>Periklanan</i> .....	68
4.3.2. <i>Promosi Penjualan</i> .....	70
4.3.3. <i>Penjualan Personal</i> .....	72
4.3.4. <i>Pemasaran Langsung</i> .....	74
4.3.5. <i>Hubungan Masyarakat</i> .....	75
4.3.6. <i>Relevansi Penelitian Dengan Teori Marketing Mix</i> .....	76
<b>BAB V</b> .....	<b>82</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>82</b>
5.1 KESIMPULAN.....	82
5.2 SARAN.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>83</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>IX</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>XI</b>