



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
YANNIE WEDDING ORGANIZER DALAM
MENARIK MINAT KONSUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Kelulusan untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

PUTRI NUR ICHSAN

NPM.223516546712

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
FEBRUARI 2025**



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE APPLICATION OF INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION BY YANNIE WEDDING ORGANIZER
IN ATTRACTING CONSUMER INTEREST**

SKRIPSI

Submitted as partial fulfilment of the requirements for The Bachelor Degree

PUTRI NUR ICHSAN

223516546712

**COMMUNICATION SCIENCE
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
FEBRUARY 2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini

Nama : Putri Nur Ichsan

NPM : 223516546712

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Yannie Wedding Organizer
Dalam Menarik Minat Konsumen

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan murni dari saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional ataupun perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 07 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Putri Nur Ichsan



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Putri Nur Ichsan
NPM : 223516546712
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Yannic
Wedding Organizer Dalam Menarik Minat
Konsumen.
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 04 Februari 2025

Dosen Pembimbing


Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Putri Nur Ichsan

NPM : 223516546712

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Yannie
Wedding Organizer Dalam Menarik Minat
Konsumen

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 18 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Erna Ermawati Chotim., M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Putri Nur Ichsan
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516546712
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Yannie
Wedding Organizer Dalam Menarik Minat Konsumen

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 21 Februari 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 28 Februari 2025

Ketua Sidang : Dr. Ambia B. Boestam, M.Si

Penguji I : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

Penguji II : Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom

Keterangan :

- *) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Putri Nur Ichsan
NPM : 223516546712
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsetrasi : Ilmu Komunikasi (Periklanan)
Tanggal Sidang : 21 Februari 2025

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
YANNIE WEDDING ORGANIZER DALAM
MENARIK MINAT KONSUMEN**

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

***THE APPLICATION OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION
BY YANNIE WEDDING ORGANIZER IN
ATTRACTING CONSUMER INTEREST***

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 28 Februari 2025	TGL : 28 Februari 2025	TGL : 28 Februari 2025
 Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom	 Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si	 Putri Nur Ichsan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Yannie Wedding Organizer dalam Menarik Minat Konsumen”. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta seluruh keluarga dan sahabatnya.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Selama proses penulisan, penulis mendapatkan banyak dukungan, nasihat, serta arahan dari berbagai pihak yang sangat membantu. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan, motivasi, dan doa dari mereka, penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan selama proses ini.

1. Bapak Dr. El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
4. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Ibu Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.
7. Bapak Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar selalu memberikan arahan, kritik, serta saran yang sangat membangun selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga beliau senantiasa diberikan kesehatan, keberkahan yang melimpah, dan rezeki di dunia maupun akhirat. Aamiin.

8. Ibu Dela Anjelawati, S.I.Kom., MA., sebagai Dosen Akademik di Universitas Nasional yang selalu memberikan bantuan dan bimbingan pada perkuliahan.
9. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan praktik mengenai dunia komunikasi.
10. Pintu surgaku, ibunda tercinta, Ibu Yuli Winarsih, terima kasih atas cinta, kesabaran, dan pengorbanan yang tiada henti. Beliau selalu menjadi tempat berpulang paling nyaman, memberikan kasih sayang tanpa batas, serta tak pernah lelah mendoakan dan mendukung dalam setiap langkah penulis. Berkat doa dan restu beliau, penulis dapat menyelesaikan studinya hingga meraih gelar sarjana.
11. Ayah tercinta dan panutanku, Bapak Abdul Haris Rusly Ichsan, terima kasih atas segala perjuangan, kerja keras, dan kasih sayang yang telah diberikan demi kehidupan penulis. Beliau adalah sosok yang selalu menjadi teladan, mendidik dengan penuh kesabaran, serta tak henti-hentinya memberikan motivasi dan dukungan. Berkat bimbingan dan doa beliau, penulis mampu menyelesaikan studinya hingga meraih gelar sarjana.
12. Muhammad Reynaldi Ichsan, Khairani Fatya Ichsan, dan Muhammad Zayd Malik Ichsan, selaku kakak, adik, dan keponakan penulis yang selalu memberikan bantuan dan menghibur penulis.
13. Sekar, Sabrina, Abil, dan seluruh sahabat baik penulis yang telah memberikan bantuan dan semangat kepada penulis selama penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu, penulis sangat menghargai kritik serta saran yang membangun agar ke depannya penulis dapat memperbaikinya. Akhir kata, penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca. Terima kasih.

Jakarta, 31 Januari 2025



Putri Nur Ichsan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Teori.....	15
2.2.1 Model AISAS.....	15
2.3 Kerangka Konsep.....	17
2.3.1 Penerapan.....	17
2.3.2 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.3.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu	20
2.3.4 Minat	28
2.3.5 Konsumen	29
2.3.6 Wedding Organizer.....	30
2.4 Kerangka Pemikiran.....	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Paradigma Penelitian	34
3.2 Pendekatan Penelitian.....	34
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	35
3.4 Teknik Penentuan Informan	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1 Data Primer	37
3.5.2 Data Sekunder	38
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Reduksi Data.....	39
3.6.2 Penyajian Data	39
3.6.3 Penarikan Kesimpulan	39
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	39
3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum.....	41
4.1.1 Profil Yannie Wedding Organizer	41
4.1.2 Logo Yannie Wedding Organizer.....	42
4.1.3 Visi dan Misi.....	43
4.1.4 Deskripsi Jabatan	43
4.1.4 Media Sosial Yannie Wedding Organizer	44
4.1.5 Paket Yannie Wedding Organizer.....	46
4.1.7 Profil Informan.....	48
4.2 Analisis Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Yannie Wedding Organizer	50
4.3 Pembahasan	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Yannie Wedding Organizer.....	3
Gambar 1. 2 TikTok Yannie Wedding Organizer.....	3
Gambar 1. 3 Berbagai Unggahan Yannie Wedding Organizer.....	4
Gambar 2. 1 Model AIDMA dan AISAS	15
Gambar 2. 2 Model AISAS Non-Linear	17
Gambar 4. 1 Logo Yannie Wedding Organizer	42
Gambar 4. 2 Instagram Yannie Wedding Organizer.....	44
Gambar 4. 3 Instagram Yannie Makeup	45
Gambar 4. 4 Instagram Yannie Attire	45
Gambar 4. 5 TikTok Yannie Wedding Organizer.....	46
Gambar 4. 6 Instagram Ads Yannie Wedding Organizer	51
Gambar 4. 7 Kolaborasi Yannie Wedding Organizer dengan TransTV	54
Gambar 4. 8 Postingan Media Sosial Yannie Wedding Organizer.....	57
Gambar 4. 9 Pemasaran Interaktif Yannie Wedding Organizer	60
Gambar 4. 10 Yannie Wedding Gallery.....	64
Gambar 4. 11 Konsultasi konsumen kepada Yannie Wedding Organizer.....	66
Gambar 4. 12 Booth Yannie Wedding Organizer.....	69
Gambar 4. 13 Promosi Penjualan Yannie Wedding Organizer.....	71
Gambar 4. 14 Yannie Wedding Organizer Membagikan Ulang Unggahan Konsumen	73
Gambar 4. 15 Testimoni Klien Yannie Wedding Organizer	75
Gambar 4. 16 Video Rekomendasi oleh Valeria Alina.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	40
Tabel 4. 1 Paket Pernikahan Yannie Wedding Organizer.....	48



ABSTRAK

Nama : Putri Nur Ichsan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Yannie Wedding Organizer Dalam Menarik Minat Konsumen
Pembimbing : Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom.

Industri *wedding organizer* semakin berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan calon pengantin yang ingin mengadakan pernikahan tanpa mengalami tekanan akibat perencanaan yang kompleks. Dalam persaingan yang ketat, *wedding organizer* perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan komunikasi pemasaran terpadu oleh Yannie Wedding Organizer dalam menarik minat konsumen dengan menggunakan teori AISAS sebagai landasan analisis. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Subjek penelitian adalah Yannie Wedding Organizer, sedangkan objek penelitian adalah penerapan komunikasi pemasaran terpadu dalam menarik calon konsumen. Informan dalam penelitian ini meliputi owner Yannie Wedding Organizer, staf pemasaran, vendor yang bekerja sama, dan konsumen yang telah menggunakan jasa Yannie Wedding Organizer. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi non-partisipan, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menarik minat calon konsumen, Yannie Wedding Organizer menerapkan delapan elemen komunikasi pemasaran terpadu. Salah satu elemen yang paling dominan digunakan adalah promosi penjualan, yang terbukti efektif dalam meningkatkan minat calon konsumen. Keberhasilan strategi ini dapat dilihat dari pencapaian target yang melampaui rencana awal.

Kata Kunci:

Komunikasi Pemasaran Terpadu, Wedding Organizer, AISAS

ABSTRACT

Name : Putri Nur Ichsan
Study Program : Communication Science
Title : The Application Of Integrated Marketing Communication By
Yannie Wedding Organizer In Attracting Consumer Interest
Advisor : Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom.

The wedding organizer industry continues to grow in response to the increasing demand from engaged couples who wish to hold their weddings without the stress of complex planning. In a highly competitive market, wedding organizers must implement effective marketing strategies to attract consumers. This study aims to analyze the implementation of integrated marketing communication by Yannie Wedding Organizer in attracting consumer interest, using the AISAS theory as an analytical framework. This research adopts a constructivist paradigm with a qualitative method and a descriptive approach. The research subject is Yannie Wedding Organizer, while the research object is the implementation of integrated marketing communication in attracting prospective consumers. Informants in this study include the owner of Yannie Wedding Organizer, marketing staff, collaborating vendors, and consumers who have used Yannie Wedding Organizer's services. Data collection techniques consist of interviews, non-participant observations, and documentation. Data analysis follows the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data validity is ensured through source triangulation. The findings indicate that Yannie Wedding Organizer applies eight elements of integrated marketing communication to attract prospective consumers. Among these elements, sales promotion is the most dominant strategy, proving to be highly effective in increasing consumer interest. The success of this strategy is reflected in the achievement of targets that exceeded the initial plan.

Keywords:

Integrated Marketing Communication, Wedding Organizer, AISAS