

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 4
- Fandy, Tjiptono, Dan Anastasia, Diana. 2016. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*.
Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Hafied, Cangara. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja
Grafindo Persada.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:
Alfabeta.
- Indriyo, Gitosudarmo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta:
BPFE.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Koentjaraningrat. *Metode-metode Penelitian Masyarakat Edisi Ketiga*. Jakarta :
Gramedia 1993.
- Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Diserta Contoh Praktis
Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi,
Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2006)

Lupiyoadi Dan Hamdani.2006.*Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua.

Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Lupiyoadi Dan Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*.

Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

M. Anang, Firmansyah. 2020. *Komunikasi Pemasaran. Cetak Pertama*. Jakarta:
CV. Penerbit Qiara Media.

M.Anang, Firmansyah. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.

Mursid.2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

Onong, Uchjana E. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Sentot, Imam W.2010. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, edisi keempat*. Yogyakarta: CV Andi
Offset.

Yunus Ahmad Syaiban dkk. 2011. *New Media: Teori dan Perkembangannya:
New Media Teori dan Aplikasi*.Surakarta: Lindu Pustaka.

Jurnal

Andhika, Yoga S. 2020. *RRI Net Sebagai Perkembangan Siaran Radio Dan Video Streaming Pada RRI Yogyakarta Di Era New Media Tahun 2019 (Analisis Deskriptif Kualitatif)*.

Annisa, Adhamawati. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram @Kremakoffie Dalam Membangun Brand Image. Skripsi. Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim.
<http://repository.uin-suska.ac.id/62322/> (Diakses pada 10 Oktober 2022)

Annisa, Aprilia A. Dan Herlinda. 2020. Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara. *Jurnal Scriptura* Vol 10 (1): 35
<https://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/22344/20108>
(Diakses pada 23 Desember 2022)

Ayun, P. Q. (2015). Fenomena remaja menggunakan media sosial dalam membentuk identitas. *Jurnal Channel*, 3(2).

Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: ZAHIR Publishing.

Dysyandi, W., Sumaryono, W., Widyastuti, S., & Lesmana, H. (2019). Bauran Pemasaran Tentang Konsep Apotek Modern Serta Strategi Pemasarannya. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 3(1), 1-8.

Fauzi, M. (2021). Strategi Media Sosial “Al Ibrohimy Tv” Dalam Menyiarkan Kegiatan Pondok Pesantren Al Ibrohimy Galis Bangkalan. *Al-Ibrah*, 6(1).

- Marini, S., & Karnita, I. (2023). *Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Studi Mahasiswa*. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 9(1), 107-117.
- Muhammad, Abdul A. Dan Ida, Fariastuti. 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran OneFourThree.Co Di Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness*. *Jurnal Pustaka Komunikasi* 2 (1): 57
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/download/871/500> (Diakses pada 16 Desember 2022)
- PERMAI, N. H. *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PROPERTI DI KOMPLEKS PERUMAHAN*.
- Petrolinanda, G., & Christin, M. (2021). *Komunikasi Antarpribadi sebagai Alat untuk Pengurangan Ketidakpastian Anggota Komunitas RIOT Bandung*. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(01), 141-149.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram*. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214-224.
- Rahmaniar, A. W., & Lestari, M. T. (2019). *Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Literasi Digital Melalui Media Sosial Instagram Kementerian Komunikasi dan Informatika*. *eProceedings of Management*, 6(1).
- Rismayanti, P. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Deskriptif Kualitatif Aktivitas Promosi Pada Akun Instagram@ kedai_digital)* (Doctoral dissertation,

UIN Sunan Kalijaga).

Sikumbang, A. T., Effendy, E., & Husna, U. (2019). *Efektifitas Komunikasi Persuasif Penyuluh Agama Islam dalam Pembinaan Majelis Taklim Kota Langsa*. Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Islam, 3(1), 30-46.

Sofyan, H. F. (2022). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WISATA CANDI JIWA DI KABUPATEN KARAWANG PROVINSI JAWA BARAT* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).

Supada, W. (2020). *Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi*. *Communicare*, 1(1).

Utami, H. N., & Firdaus, I. F. A. (2018). *Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku online shopping: perspektif pemasaran agribisnis*. *Jurnal Ecodemica*, 2(1).



Internet

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/daseng/article/view/17084/pdf>

<https://www.sonora.id/read/423481091/tahun-ini-bisnis-wedding-meningkat-50-persen-di-bandingkan-tahun-lalu>

www.themanorandara.com

<https://www.bridestory.com/id/about-us>





Lampiran 1.1. Persetujuan Skripsi

UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Zainul Abidin
Nomor Pokok Mahasiswa : 163112351650155
Program Studi : Ilmu Komunikasi (*Public relations*)
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran The Manor Andara Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Mempromosikan Venue Wedding Royal Garden Menggunakan www.bridestory.com
Diajukan Untuk : Memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diajukan
Jakarta, Agustus 2023

Dosen Pembimbing : Swastiningsih, SE., M.Si
Kaprodi Ilmu Komunikasi : Drs, Adi Prakosa, M.Si

Lampiran 1.2. Penugasan Bimbingan

UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febomas499@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI
Nomor : 223/D/X/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Swastiningsih, S.E., M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Zainul Abidin
Nomor Pokok : 163112351650155
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Selasa, 4 Maret 2023
Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si
N.I.P. : 0109150857

UNIVERSITAS NASIONAL

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

Lampiran 1.3. Konsultasi Bimbingan



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
 S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi
 Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Huoting) Fax. 7802718, 7802719
 P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 163112351650155
 Nama : Zainul Abidin
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Konsentrasi :

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
1 April, 2023	bimbingan penelitian judul "peran stakeholder the manor andara dalam mempromosikan venue wedding royal garden pada akun website bridestory	Sudah Ditanggapi
12 April, 2023	bab i	Sudah Ditanggapi
12 April, 2023	bab ii dan bab iii	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
15 June, 2023	revisi bab iii (teknik keabsahan data) (data primer) (data sekunder)	Sudah Ditanggapi
10 July, 2023	revisi bab iv dan bab v	Sudah Ditanggapi
10 July, 2023	revisi bab iv & bab v (tanggal 4 juli 2023)	Sudah Ditanggapi
17 July, 2023	revisi bab v	Sudah Ditanggapi
21 July, 2023	revisi judul , bab ii , bab iv (tanggal 18 juli 2023)	Sudah Ditanggapi
1 August, 2023	revisi sistematika penulisan dan revisi bab 4 (30 juli 2023)	Sudah Ditanggapi
1 August, 2023	revisi bab iv mengenai (place) dan revisi footnote (31 juli 2023)	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
1 August, 2023	revisi penambahan bab 5 dan penambahan bab 2 konseptual (1 agustus 2023)	Sudah Ditanggapi



Lampiran 1.4. Turnitin



Lampiran 1.4 Lembar Persetujuan Revisi

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Zainul Abidin
Nomor Induk Mahasiswa : 163112351650155
Jurusan : Hubungan Masyarakat
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran The Manor Andara Melalui Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Mempromosikan Venue Wedding Royal Garden Menggunakan www.bridestory.com

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 13 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 20 Agustus 2023

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si. _____
Penguji I : Dr. Sri Desti Purwatningsih, M.Si. _____
Penguji II : Swastiningsih, S.E., M.Si. _____

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

Lampiran Transkrip Wawancara

1. Wawancara Informan I

Penulis : Zainul Abidin

Informan : Ibu Hadijah Aljufri

Umur : 43 Tahun

Jabatan : Direktur Utama The Manor Andara

Waktu : 15 Juni 2023

Pertanyaan	Jawaban
Sejak kapan berdirinya The Manor Andara ini?	PT. Manor Alnarasa Sakti berdiri pada 7 Maret 2019
Bagaimana awal mula terbentuknya The Manor Andara	Pada saat saya sedang berada di london,saya terinspirasi bangunan-banguna tuan tanah atau bangsawan di london. Saya terfikir untuk memadukan antara sebuah event yang pasti akan selalu dibuat oleh orang-orang dengan juga bagaimana bangunan classic modern ini bisa dipadukan.
Apa saja pelayanan yang di tawarkan The Manor Andara	Pelayanan yang diberikan tidak hanya untuk Wedding,tetapi kami membuka jjuga untuk acara Event seperti pada umunya untuk penggelaran acara aqiqah, birthday party dan gathering kantor serta semacamnya
Dimana lokasi The Manor Andara	Manor itu lokasinya di ujung jakarta selatan perbatasan depok, itu tuh di sebrang kompleknya raffi

	<p>ahmad , kita ngejelasin ke klien jadi tidak menimbulkan dugaan-dugaan bahwa The Manor itu jauh kesannya , saya juga memberitahukan kepada sales untuk menambahkan informasi mengenai manor tuh juga menambahkan sign-sign yang tujuannya biar klien mudah menemukan The Manor Andara</p>
<p>Bagaimana The Manor Andara mengenalkan produknya kepada klien yang ingin menggunakan jasa wedding ini</p>	<p>Kami mengenalkan produk kami melalui membuat event open house agar bisa mempermudah klien dalam menerima informasi karena langsung memberikan penjelasan di The Manor Andara dan media website bride Story dan instagram</p>
<p>Bagaimana The Manor Andara mempromosikan pelayanannya di Website Bride Story dan Instagram</p>	<p>Untuk segementasi pemasaran The Manor Andara ini sendiri dengan mengisi banyak konten perkembangan hasil dokumentasi baik berupa foto\video dan hasil dari apa yang telah klien gunakan jasa kami</p>
<p>Bagaimana tahapan perencanaan dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran di Bride Story</p>	<p>Tahapanya yang pertama yaitu melakukan pembentukan konsep. Perencanaan, evaluasi</p>
<p>Apa saja fitur Bride Story yang The Manor Andara Gunakan dalam</p>	<p>Yaitu dengan menggunakan fitur book atau wedding checklist,</p>

melakukan Strategi Pemasaran	promo, vendor, event
Berdasarkan alasan apa ibu menggunakan pemasaran digital marketing bu	Alasan menggunakan Digital marketing BrideStory dan Instagram sebagai saluran strategi komunikasi pemasaran The Manor Andara karenanya kita berusaha mengikuti trend yang sedang populer saat ini. Instagram sendiri juga hadir dengan segala keunggulannya kaya fitur live streaming, Reels, dll, Jadi kita bisa memanfaatkan ga hanya visual aja tapi audio visual juga. Meskipun Bridestory juga menawarkan hal yang hal point tapi kalau lewat Instagram tujuanya lebih dapat dikenal luas oleh khalayak ramai (media)
Mengenai bukti fisik The Manor apa saja bu yang harus di perhatikan ?	Meningkatkan rate bride story terhadap marketplace wedding yang baik
Bagaimana proses pelaksanaan dalam strategi komunikasi pemasaran di website Bride Story	Yaitu melakukan sistem 4P dan berkerjasama bersama vendor wedding lainnya
Apa yang harus di evaluasi pada kegiatan strategi pelayanan pemasaran The Manor Andara	Yaitu ketika terjadi kesalahan teknis atau complain karena kurangnya kepuasan kepada klien
Bagaimana interaksi konsumen di media baik di website Bride Story dan Instagram terhadap pelayanan	Interaksi konsumen tentunya menanyakan pelayanan mengenai produk dan price vendor list the

The Manor Andara	manor andara
Apakah ada target penjualan dalam acara event bersama vendor wedding	Ada, tentunya target yang pertama menambah minat konsumen untuk memakai jasa the manor andara
Apakah ada perbedaan antara target dan hasil penjualan dari acara wedding dan event	Tentunya ada, setiap wedding dan event memiliki jumlah harga dan tentunya dapat mempengaruhi keuntungan ataupun pendapatan
Apakah ada perubahan tingkat penjualan dalam acara open house	Ada, karena tujuan dari open house salah satunya untuk meningkatkan jumlah minat konsumen dalam memakai jasa the manor andara
Bagaimana reaksi pengunjung saat mendatangi event atau open house wedding venue dengan para vendor	Mereka senang karena client lebih tertarik untuk datang ke venue yang mengadakan open house dari pada harus ke wedding pameran.
Apa strategi yang tepat untuk menarik audience di Bride Story maupun Instagram	Strateginya yaitu berkolaborasi menampilkan hasil kerja ataupun konsep yang baik dan tentunya berbeda dari pada vendor yang lain.
Bagaimana pendekatan untuk menarik perhatian klien The Manor Andara	Menyediakan wadah atau media yang dapat menarik pengunjung, seperti unggahan feed yang sedikit dibuat menarik atau yang dapat membuat klien meningkatkan rasa keinginan tahunya lebih besar alias <i>kepo</i>
Aspek apa yang harus dilihat dalam menarik perhatian klien ataupun pelanggan	Aspek dalam segi pengupload-an di media sosial , bagaimana ke ramah tamahan kita berbicara dengan

	orang
--	-------

Pertanyaan untuk informan pertama yaitu Ibu Hadijah Aljufri selaku Direktur The Manor Andara

1. Sejak kapan berdiri The Manor Andara?
2. Bagaimana awal mula terbentuknya The Manor Andara?
3. Apa saja pelayanan yang di tawarkan The Manor Andara?
4. Dimana lokasi The Manor Andara ?
5. Bagaimana The Manor Andara mengenalkan produknya kepada klien yang ingin menggunakan jasa wedding ini?
6. Bagaimana The Manor Andara mempromosikan pelayanannya di Website Bride Story dan Instagram?
7. Bagaimana tahapan perencanaan dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran di Bride Story?
8. Apa saja fitur Bride Story yang The Manor Andara Gunakan dalam melakukan Strategi Pemasaran dan Pelayanan?
9. Berdasarkan alasan apa ibu menggunakan pemasaran digital marketing bu?
10. Mengenai bukti fisik The Manor apa saja bu yang harus di perhatikan ?
11. Bagaimana proses pelaksanaan dalam strategi komunikasi pemasaran di website Bride Story?
12. Apa yang harus di evaluasi pada kegiatan strategi pelayanan pemasaran The Manor Andara?
13. Bagaimana interaksi konsumen di media baik di website Bride Story dan Instagram terhadap pelayanan The Manor Andara?
14. Apakah ada target penjualan dalam acara event bersama vendor wedding?

15. Apakah ada perbedaan antara target dan hasil penjualan dari acara wedding dan event?
16. Apakah ada perubahan tingkat penjualan dalam acara open house?
17. Apa saja keuntungan The Manor Andara dalam mengikuti event bersama vendor wedding lainnya?
18. Bagaimana reaksi pengunjung saat mendatangi event atau open house wedding venue dengan para vendor ?
19. Apa strategi yang tepat untuk menarik audience di Bride Story maupun Instagram?
20. Bagaimana pendekatan untuk menarik perhatian klien The Manor Andara?



Wawancara II

Penulis : Zainul Abidin
Nama : Bapak Shah Ahmad Rifqi
Umur : 26 Tahun
Jabatan : Head Sales dan Marketing
Waktu : 20 Juni 2023

Pertanyaan	Jawaban
Dalam menyebarkan informasi tentang pelayanan the manor pada acara event bersama vendor, hal apa yang dilakukan oleh sales The Manor Andara untuk menciptakan sistem kerja yang baik	Kalau untuk media Informasi tentang pelayanan disini bagaimana kita dapat mengimplementasikan atau menampilkan hasil konsep yang telah dibuat oleh team The Manor ya sebelum itu tadi yang pernah kita bicarakan lagi-lagi kita mengacu kepada marketplace ataupun website Bridestory
Fitur Website Bride Story dan Instagram dan The Mnaor apa saja sih yang digunakan untuk memperluas informasi The Manor ikut serta dalam acara open house	Kalau di instagram pastinya untuk meningkatkan followers dan juga engagement terhadap venue kita beda halnya dengan website bridestory itu lebih untuk meningkatkan sistem promosi penjualan berbasis digital
Adakah event-event yang dapat menjadi penarik minat dari klien-klien ?	Disaat kita membuat Event pastinya menambah target pemasaran kita, karena secara tidak langsung kita memamerkan hasil dari apa yang The Manor punya, seperti contohnya mereka dapat mengetahui apa saja

	<p>yang ada di The Manor, baik fasilitas, pendukung tempat yang nyaman, asri, dan decorasi yang indah , bahkan lokasi yang strategi justru dapat menambah minat klien yang di upload ke bridestory dalam fitur gallery</p>
<p>Untuk proses di dalam 7p bridestory itu sendiri bagaimana pak ?</p>	<p>Ketika kita berbicara mengenai proses pasti tidak luput dengan yang namanya perencanaan baik untuk pra maupun pasca yang akan dilakukan, apa lagi disini memang proses menjadi kunci awal untuk kematangan persiapan yang akan dilakukan, Bridestory selalu berkomunikasi kepada kita dalam pengambilan keputusan agar tidak terjadi miss komunikasi</p>
<p>Siapa saja target klien The Manor Andara</p>	<p>Tentunya targetnya yaitu Pasangan yang ingin menikah dan juga anak-anak muda yang ingin menikah dengan konsep kekinian yaitu garden party</p>
<p>Apa saja produk dari The Manor Andara ?</p>	<p>Ketika bicara produk yang kita jual di beridestory itu ga cuma ngomongin paket dan hal hal seputar manor aja , tapi juga berbicara mengenai vendor-vendor rekanan kita kaya dekorasi, entertainment, wedding organizer, wedding</p>

	<p>stylishnya, lighting. Kita juga ngejualin mereka mungkin ada yang tertarik untuk menggunakan mereka.</p>
<p>Sosial media apa saja yang digunakan dalam melakukan pemasaran selain Website Bride Story</p>	<p>Tentunya tidak hanya Website BrideStory tetapi kita juga memiliki Instagram yang dimana pada apk itu dapat dikenal luas sehingga lebih banyak dikenal pada kalangan masyarakat milenials umumnya</p>
<p>Untuk mengenai promosi The Manor sendiri bagaimana pak ?</p>	<p>Tentunya didalam menjalankan usaha ada yang namanya Strategi Marketing. Salah satu didalamnya yaitu Promosi, The Manor ini sendiri membuat media promosi melalui media sosial tidak hanya pada laman website bridestory tetapi menyediakan di platform milenials yaitu Instagram. Dimana media ini sudah banyak dikenal dan digunakan oleh kalangan masyarakat sampai Internasional sehingga menjadi tujuan kita untuk dapat dikenal luas oleh masyarakat</p>
<p>Bagaimana proses pelaksanaan dalam strategi komunikasi pemasaran The Manor Andara</p>	<p>Yaitu bauran pemasaran The Manor menggunakan strategi pemasaran 7P Dimana dari pada 7 konsep tersebut The Manor lebih mudah dapat mendapatkan target pemasaran yang lebih efektif dan dapat menunjang lebih besar hasil pendapatan</p>

<p>Apa yang harus di evaluasi pada strategi komunikasi pemasaran The Manor</p>	<p>Tentunya mengetahui lebih dulu point dari pada kesalahan baik didalam teknis maupun pra acaranya, kita melakukan evaluasi dengan cara diakhir acara membuat diskusi santai bersama rekan team dari pada The Manor itu sendiri</p>
<p>Bagaimana sistem kerja yang dilakukan The Manor kepada Bridestory?</p>	<p>Sistem kerja menggelar Open House melakukan kerjasama untuk meningkatkan minat pelayanan jasa bersama Vendor Wedding lainnya</p>
<p>Bagaimana interaksi konsumen di media terhadap pengaruh pelayanan yang diberikan The Manor Andara kepada klien</p>	<p>Interaksi mempengaruhi bagaimana pelayanan the manor mempromosikan jasa nya oleh karena itu kita menggunakan 2 metode baik offline maupun Virtual dengan tujuan apa? Supaya kita lebih efektif didalam pelayanan kita</p>
<p>Mengapa memilih media social digital dalam mempromosikan The Manor</p>	<p>Kenapa kita pakai BrideStory dan Instagram karena kita beradaptasi sama yang lagi hype saat ini alasannya karna sesuatu yang hype ini kan pasti digandrungi banyak orang, nah contohnya Instagram, orang pada suka pake Instagram itu karna apasih? Satu, disana banyak fitur penyedia seperti membuat konten creator tentang review atau hasil dari pada kerja The Manor yang dapat meningkan Efisiensi</p>

	kinerja The Manor
Bagaimana kamu meraih kesuksesan itu?	Bekerja sesuai aturan dan tanggung jawab, merupakan prinsip yang saya pegang dari sejak dulu . itu peran atau kunci kesuksesan penting bbagi saya
Bagaimana cara anda memperkenalkan produk dan layanan anda?	Yaitu dengan melakukan promosi penjualan, berkerja sama, dan menggunakan media sosial sebagai alat media komunikasi interaktifnya
Mengenai seputar people atau penyedia jasa pak, bagaimana menurut bapak?	Mengenai seputar media jasa tentunya berpusat kepada pelaku atau yang memainkan peran, tentunya kalau di The Manor ini sendiri bekerjasama kepada rekan yang bertugas dengan wadah medianya adalah digital marketing seperti yang digunakan oleh The Manor ini pada Website Bridestory jadi ketika kita memainkan peran tentunya berdasarkan alur BrideStory nya terlebih dahulu barulah rekan-rekan dapat menajalankan kinerjanya berdasar divisi dan tugasnya masing-masing
Sistem khusus yang dipakai untuk menjalankan strategi marketing, bagaimana sistemnya?	Bekerja sepenuh hati, Bertanggung jawab, Jujur. Karena kalo hanya bisa bekerja dibawah tekanan justru disetiap kerjaan memiliki resiko nya masing-masing dan pastinya

	konsekunsi nya pun besar
Bagaimana untuk mendapat target pelanggan?	Melakukan strategi pemasaran dengan konsep marketing 7P itu tadi, dengan menggelar Open House, Mmbuat Event
Bagaimana The Manor Andara dengan bridestory melakukan promosi yang sesuai dengan new media ?	The Manor Andara tidak hanya berfokus kepada jasa pelayanan Wedding akan tetapi Event dalam acara hal nya Birthday Party, Kantor Gathering dll tentunya. apa lagi The Manor juga bekerjasama melalui Open House, sampai berkolaborasi kepada Vendor Wedding lainnya tentu disini kita menerapkan banyak unsur salah satunya pemasaran di Webstile BrideStory itu sendiri, kita banyak mengambil alternatif umum yang sekiranya mudah dijangkau dan diakses kepada pengguna media
Bukti fisik apa saja nih pak yang diterapkan oleh The Manor ?	Mengenai bentuk fisik tentunya The Manor bisa dikatakan mengikuti pengaruh trend atau mengikuti alur zaman. karena fasililliltas, kondisi lngkungan, tempat yang strategis tentunya sudah berada pada titik yang akurat. kalau berdasar kepada GIS demografi sudah berada dikondisi titik pusat yang mempengaruhi kemudahan untuk dapat dijangkau dan menambah

	minat pelayanan jasa
Apa yang The Manor lakukan untuk meningkatkan value dari selain penjualan langsung ?	Biasanya kita membuat Schedule untuk mengadakan pertemuan dengan Vendor lainnya atau Open House, dan biasanya dari sini kita mendapatkan ide baru untuk mengembangkan bisnis kita, ntah mungkin dengan membuat media pelayanan baru maupun membuat kerjasama yang dapat meningkatkan program penjualan kita yaa sharing time bersama vendor justru membuka peluang untuk menciptakan kinerja baru yang berpotensi lebih besar peluang yang tidak luput dari promosi yang dilakukan bridestory melalui pengupload-an nya via pembuatan invitation yang disebar kepada vendor-vendor yang ingin berpartisipasi

Pertanyaan untuk informan kedua, Bapak Shah Ahmad Rifqi selaku Head Sales dan Marketing

1. Media Apa saja yang dipakai The Manor untuk mempromosikan layanannya?
2. Fitur Website Bride Story dan Instagram dan The Mnaor apa yang digunakan untuk memperluas informasi The Manor ikut serta dalam acara open house?

3. Adakah event-event yang dapat menjadi penarik minat dari klien-klien ?
4. Untuk proses di dalam 7p bridestory itu sendiri bagaimana pak ?
5. Siapa saja target klien The Manor Andara?
6. Apa saja yang menjadi produk dari The Manor Andara ?
7. Sosial media apa saja yang digunakan dalam melakukan pemasaran selain Bride Story dan Instagram?
8. Seberapa penting Media Sosial dalam meningkatkan penjualan?
9. Bagaimana proses pelaksanaan dalam strategi komunikasi pemasaran The Manor Andara?
10. Apa yang harus di evaluasi pada kegiatan strategi komunikasi pemasaran?
11. Bagaimana interaksi konsumen di media terhadap pengaruh pelayanan yang diberikan The Manor Andara kepada klien?
12. Bagaimana sitem kerja yang dilakukan The Manor kepada Bridestory?
13. Mengapa memilih media social digital dalam mempromosikan The Manor?
14. Bagaimana kamu meraih kesuksesan itu?
15. Mengenai seputar people atau penyedia jasa pak, bagaimana menurut bapak?
16. Apakah ada sistem khusus yang dipakai dalam menjalankan stretegi marketing The Manor?
17. Apa yang menjadi upaya dalam mendapatkan target pelanggan?
18. Bagaimana The Manor Andara dengan bridestory melakukan promosi yang sesuai dengan new media ?
19. Bukti fisik apa saja nih pak yang diterapkan oleh The Manor ?

20. Apa yang The Manor lakukan untuk meningkatkan value dari selain penjualan langsung ?



Wawancara III

Penulis : Zainul Abidin

Informan : Ibu Hilda

Umur : 25 Tahun

Jabatan : Digital Marketing Staff Bridestory

Waktu : 20 Juni 2023

Pertanyaan	Jawaban
Bagaimana bridestory menampilkan produk dari The Manor di website?	Untuk produk The Manor Andara sendiri yang kita pasarkan di bridestory dari mulai foto-foto venue,dekorasi event,dan juga vendor-vendor rekanan mereka yang sudah ter-verifikasi
Bagaimana cara bridestory mempromosikan The Manor Andara di website	Kami mengiklankan produk The Manor Andara melalui bagian beranda kami dengan cara mengupload event-event The Manor Andara agar pengguna kami melihat nya
Untuk pengupdate-an mengenai place The manor sendiri bagaimana ?	Pastinya kita tampilkan one-click google maps ya untuk di website itu sendiri agar mempermudah klien mencarinya
Apa yang menjadi BrideStory unggul didalam Marketplace yang lainnya?	Bridestory tentu sudah menjadi market place yang dapat dipercaya oleh kalangan melalui medianya yang unik dan fitur yang mendukung untuk berjalanya sistem kerja yang baik, jadi tidak perlu khawatir untuk para pengguna yang ingin bergabung pada Marketplace ini

<p>Apakah kunci keberhasilan untuk mendapatkan kepuasan klien yang bekerja sama?</p>	<p>Menyediakan media yang mudah diakses atau dikunjungi, menyediakan beragam fitur alternatif yang dapat menciptakan wedding impian para klien</p>
<p>Apakah pernah bridestory melakukan personal selling produk The Manor Andara melalui website ? dan bagaimana ?</p>	<p>Kami biasanya dihubungi personal oleh klien melalui chat di website kami, dengan mereka menanyakan venue-venue outdoor, nah disitulah kami melakukan promisi untuk menggunakan The Manor Andara</p>
<p>Bagaimana cara wedding vendor bergabung dengan Bridestory?</p>	<p>Untuk jadi member kita , bisa menghubungi salah satu admin kami terus nanti akan di minta mengisi kuisisioner , lalu akan ada biaya pertahun.</p>
<p>Bagaimana sistem yang diterapkan kepada bridestory untuk mendukung layanan marketplace lainnya?</p>	<p>Memanfaatkan sosial media digital untuk menerapkan sistem umum dari pada layanan marketplace yang sejenis lainnya</p>
<p>Apakah saja yang menjadi kepercayaan agar orang dapat menggunakan website ini?</p>	<p>Memberi tahu hasil sistem kerja berupa dokumentasi, katalog, fitur dll yang telah disediakan pada media komunikasi kita yaitu website BrideStory</p>
<p>Jasa apa saja yang diberikan BrideStory kepada The Manor?</p>	<p>Tentunya kita hanya menyediakan tempat pembuka para pembisnis Wedding sebagai marketplace utamanya, dan kita juga ikut mempromosikan secara langsung lho</p>
<p>Bagaimana sistem kerja bridestory</p>	<p>Mengenai sistem kerja BrideStory</p>

sebagai penyedia jasa dalam mempromosikan The Manor Andara ?	seperti umumnya kegunaan Website. Yaa tidak jauh hanya memanfaatkan fitur yang tersedia kepada apa yang telah disediakan. Mungkin lebih kepada sistem yang menjalankan lebih banyak tugasnya dan untuk gambaran umumnya dapat dilihat dengan data Statistik yang ada pada fitur BrideStory
Koordinasi apa saja yang dilakukan kepada vendor?	Yaitu Mempersiapkan kebutuhan umum Wedding
Persiapan apa saja yang dilakukan WO kepada vendor?	Kita mengurus semuanya baik untuk proses pada Persiapan pra acara dan pada saat acara berlangsung
Berbicara mengenai price The Manor andara ,bagaimana bridestory mempromosikannya di dalam website?	Dari semua aspek kita pikirin dari bagaimana mempromosikannya ,segmennya targetnya dan lain lain
Bagaimana cara mengatur dan membangun kerjasama dengan bridestory?	Pertama bisa jadi as a media partner , atau bisa juga kita kolaborasi dengan vendor untuk membuat acara tertentu
Promosi apa yang dipakai bridestory untuk mengenalkan vendornya?	Promosi harga eksklusif atau spesial price, member VIP, dan kita juga sering menampilkan hasil-hasil event mereka di homepage
Bagaimana cara marketing bridestory?	Kita menggunakan konsep bauran pemasaran umum media digital dikarenakan kita sebuah online platform
Apa solusi yang ditawarkan bridestory bagi industri dan vendor pernikahan?	Media yang lengkap, mudah di akses, interaktif tentunya dan efektif
Fitur apa saja yang ditawarkan pada bridestory	Fitur home page, katalog, hasil dokumentasi, live chat, pemesanan dll

<p>Apa saja yang menjadi pusat utama pada tampilan bridestory?</p>	<p>Tampilan awal ada pada beranda yang berisikan macam-macam vendor pernikahan sesuai kategori masing-masing, atau mesin pencarian lainnya</p>
--	--

Pertanyaan untuk informan ketiga, Ibu Hilda selaku Wedding Organizer BrideStory

1. Bagaimana Bride Story menampilkan produk dari The Manor di website ?
2. Bagaimana cara bridestory menghubungkan wedding vendor dengan calon pengantin?
3. Untuk pengupdate-an mengenai place The manor sendiri bagaimana?
4. Apa yang menjadi BrideStory unggul didalam Marketplace yang lainnya?
5. Apa saja kunci keberhasilan untuk mendapatkan kepuasan klien yang bekerja sama?
6. Feed back apa yang didapatkan kepada vendor yang ingin bekerja sama?
7. Bagaimana cara wedding vendor bergabung dengan Bridestory?
8. Bagaimana sistem yang diterapkan kepada bridestory untuk mendukung layanan marketplace lainnya?
9. Apa saja yang menjadi kepercayaan agar orang dapat menggunakan website ini?
10. Jasa apa saja yang diberikan BrideStory kepada The Manor?
11. Bagaimana sistem kerja bridestory sebagai penyedia jasa dalam mempromosikan The Manor Andara ?
12. Koordinasi apa saja yang dilakukan kepada vendor?
13. Persiapan apa saja yang dilakukan WO kepada vendor?

14. Berbicara mengenai price The Manor andara ,bagaimana bridestory mempromosikannya di dalam website?
15. Bagaimana cara mengatur dan membangun kerjasama dengan bridestory?
16. Promosi apa yang dipakai bridestory untuk mengenalkan vendornya?
17. Bagaimana cara marketing bridestory?
18. Apa solusi yang ditawarkan bridestory bagi industri dan vendor pernikahan?
19. Fitur apa saja yang ditawarkan pada bridestory?
20. Apa saja yang menjadi pusat utama pada tampilan bridestory?



Wawancara IV

Penulis : Zainul Abidin
Informan : Ibu Fatimah Azzahra
Umur : 24 Tahun
Sebagai : Klien The Manor Andara
Waktu : 21 Juni 2023

Pertanyaan	Jawaban
Bagaimana ibu Fatimah bisa tahu The Manor Andara?	Saya tahu The Manor Andara dari instagram, dan juga dari teman saya yang pernah menikah di The Manor andara sehingga saya menjadi tertarik untuk mewujudkan pernikahan saya bersama The Manor
Bagaimana pelayanan dari The Manor Andara?	Untuk masalah pelayanan mereka bagus ya, karena mereka itu sales-salesnya friendly sekali beda dengan sales-sales yang digedung gitu
Bagaimana menurut ibu mengenai price dari The Manor Andara?	Pertama jujur saya kaget dengan harganya The Manor Andara, sampai akhirnya salah satu salesnya mengajak untuk visit langsung ke The Manor Andara , setelah saya visit baru masuk ke lokasinya saja saya langsung bicara pada pasangan saya ,“oh pantes price nya agak tinggi tempatnya bagus gini“ setelah itu saya merasa normal dengan price dari The Manor Andara
Bagaimana menurut ibu mengenai lokasi The Manor Andara?	Untuk lokasinya memang agak sedikit masuk ke dalam ya pada saat saya visit,

	<p>namun pada saat acara saya rasa berbeda ya semua tampak jelas kok dengan adanya bantuan dari ormas-ormas dan signage tambahan, kalau Lokasi dalamnya sih suka bangeett, kebetulan memang sesuai dengan konsep wedding dream saya yang konsepnya classy modern gitu, apalagi ada garden-gardennya lucu</p>
<p>Bagaimana menurut ibu mengenai fasilitas tempat The Manor Andara?</p>	<p>Fasilitasnya juga ga kalah keren dan lengkap, sampai dia menyediakan lift untuk wheel chair mereka pikirin lho, padahal konsepnya dia kan rumah sama ada garden-gardennya gitu</p>
<p>Apa saja pelayanan The Manor Andara yang menurut ibu bagus?</p>	<p>Pertama dari salesnya yang sangat friendly sekali saya berasa ngobrol dengan teman akrab saya, semua nya serba cepat pada saat wedding saya disana, alhasil wedding saya berjalan lancar sekali</p>
<p>Menurut ibu bagaimana The Manor Andara mempromosikan Wedding Venue nya di media sosial?</p>	<p>Kalau menurut saya strategi pemasaran The Manor Andara di instagram dan bridestory bagus sih , buat orang penasaran dengan posting-postingannya sehingga orang penasaran ingin buka profilnya sampai visit The Manor Andara</p>
<p>Bagaimana menurut ibu mengenai produk yang ditawarkan The Manor Andara termasuk vendor-vendornya?</p>	<p>Vendor-vendornya kebetulan rekanan The Manor Andara saya tahu semua dan semua itu profesional dengan</p>

	<p>kelas-kelas yang berbeda contoh kaya akasya catering itu saya tahu catering nomer 1 di indonesia</p>
<p>Apakah ibu puas dengan sistem pembayaran di The Manor Andara?</p>	<p>Kalau ini 50% lebih ke arah puas sih karena pembayaran di The Manor Andara itu di lihat dari berapa lama jarak antara booking fee dengan hari H jadi saya bayar seperti tidak diterburuburkan</p>
<p>Apakah ibu puas dengan pelayanan The Manor Andara?</p>	<p>Sangat puas sekali, malah sekarang saya ikut mempromosikan ke teman-teman saya kalau mau event pake The Manor aja</p>
<p>Mengenai proses ibu dari mulai melihat The Manor di bridestory sampai selesai acara ibu ?</p>	<p>Mengenai proses, pastinya saya menilai dengan apa pengalaman yang sudah saya alami secara langsung, menurut pribadi saya mulai dari awal saya mengakses The Manor Andara melalui bridestory sampai kesiapan acara saya sampai kepada teknis acara, tentunya The Manor sangat membawa kesan positif karena benar-benar menciptakan kinerja sesuai dengan apa yang saya inginkan, ntah dari segi kekompakan team, hasil decor yang bagus, pelayanan yang ramah, dan semua terbilang positif. Dan dari inilah proses mungkin menjadi sesuatu kunci kesuksesan The Manor</p>

Pertanyaan untuk informan keempat, Ibu Fatimah Azzahra selaku Klien The Manor Andara

1. Bagaimana ibu Fatimah bisa tahu The Manor Andara?
2. Bagaimana pelayanan dari The Manor Andara?
3. Bagaimana menurut ibu mengenai price dari The Manor Andara?
4. Bagaimana menurut ibu mengenai lokasi The Manor Andara?
5. Bagaimana menurut ibu mengenai fasilitas tempat The Manor Andara?
6. Apa saja pelayanan The Manor Andara yang menurut ibu bagus?
7. Menurut ibu bagaimana The Manor Andara mempromosikan Wedding Venue nya di media sosial?
8. Bagaimana menurut ibu mengenai produk yang ditawarkan The Manor Andara termasuk vendor-vendornya?
9. Apakah ibu puas dengan sistem pembayaran di The Manor Andara?
10. Apakah ibu puas dengan pelayanan The Manor Andara?
11. Mengenai proses ibu dari mulai melihat The Manor di bridestory sampai selesai acara ibu ?



LAMPIRAN DOKUMENTASI

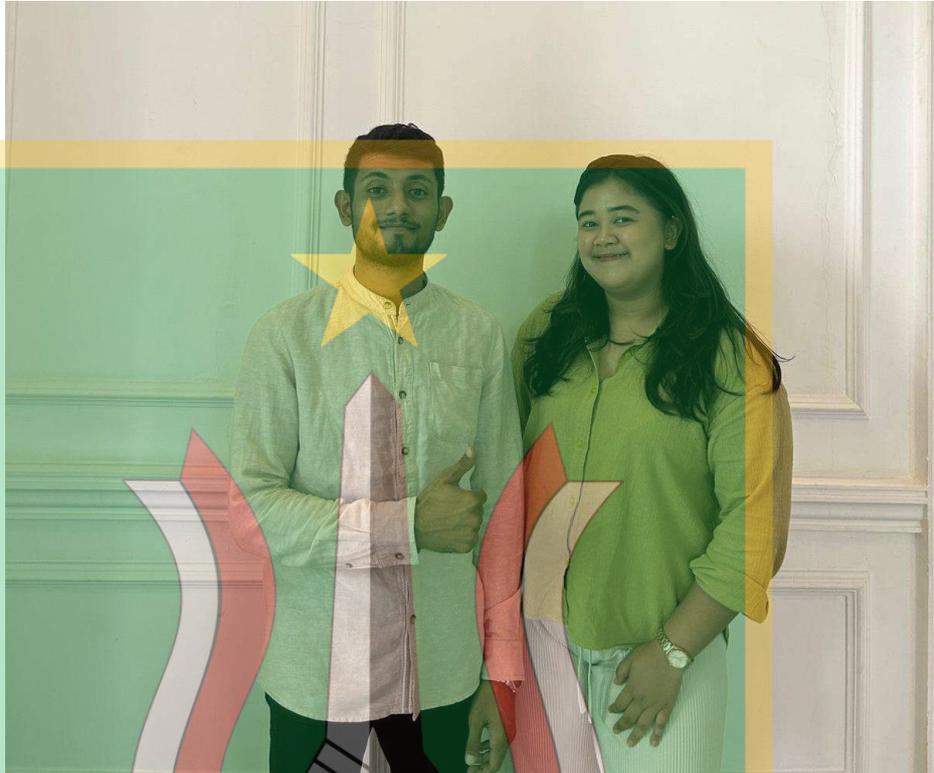
- Wawancara Key Informan (Ibu Hadijah Aljufri) berlokasi di The Manor Andara



- Wawancara Informan 2 (Bapak Shah Ahmad Rafiqi) berlokasi di kantor The Manor Andara



- Wawancara Informan 3 (Ibu Hilda Bridestory) berlokasi di kantor The ManorAndara



- Wawancara Informan 4 (Fatimah Azzahra) melalui video call Whatsapp

