

**KOMUNIKASI PEMASARAN MANTENANKU *WEDDING ORGANIZER*  
DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

**SKRIPSI**



Disusun oleh:

**LINDA DELICIA SANTIORY**

**18.96.0554**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2022**

**KOMUNIKASI PEMASARAN MANTENANKU *WEDDING ORGANIZER*  
DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagai persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

**Linda Dellicia Santiory**

**18.96.0554**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2022**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**KOMUNIKASI PEMASARAN MANTENANKU WEDDING ORGANIZER  
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Linda Dellicia Santiory**

**18.96.0554**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal

**Dosen Pembimbing,**



**Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom**

**NIK. 190302437**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**KOMUNIKASI PEMASARAN MANTENANKU WEDDING ORGANIZER  
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Linda Dellicia Santiory**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 1 Maret 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

Sheila Giza Pudrianisa, M.I.Kom

NIK. 190302437

Wiwid Adiyanto, S.I.Kom, M.I.Kom

NIK. 190302477

Rivga Agusta, S.IP, MA

NIK. 190302319

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal 1 Maret 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom

NIK. 190302096

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 5 Desember 2022

  
METERA  
TEMPEL  
DD9AJX27336372

Linda Dellicia Santiory

18.96.0554

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada kami semua, sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Pada kesempatan ini dalam proses menyusun laporan, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih khususnya kepada Bapak Santosa dan Ibu Dariyah selaku orang tua dari penulis yang sudah mendoakan dan mendukung saya hingga saat ini. Untuk itu juga, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr M. Suyanto, M.M, selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom,M.Eng, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Ibu Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, arahan, bantuan, dukungan, motivasi dan masukan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Dosen-dosen dan seluruh staff pengajar di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Terimakasih Untuk saya sendiri yang sudah mau berjuang sampai detik ini, walaupun melewati berbagai masalah yang mungkin mengganggu fokus ketika mengerjakan skripsi, terimakasih sudah mampu menyempatkan waktu untuk semangat dalam menyelesaikan skripsi.
7. Terimakasih kepada keluarga saya yang sudah mendukung dan mendoakan sampai akhirnya dapat menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Terimakasih kepada Mantenanku *Wedding Organizer*, terutama *owner* dari Mantenanku yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan

penelitian di *Mantenanku Wedding Organizer*. Dan terimakasih atas bimbingan, waktu, ilmu yang bermanfaat yang telah diberikan.

9. Terimakasih kepada Tim *Mantenanku Wedding Organizer* yang telah berbagi ilmu, terimakasih juga telah menjadi narasumber yang memberikan banyak informasi tentang *Mantenanku Wedding Organizer*.
10. Terimakasih untuk teman-teman saya pada grup insyaallah piknik, girls out, dan yang lainnya yang selalu *support* dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Teman-teman kelas 18 Ilmu Komunikasi 03 Universitas Amikom Yogyakarta yang sangat saya cintai, yang sudah bersedia meluangkan waktunya dan berjuang bersama-sama.
12. Dan pihak-pihak yang terkait lainnya yang telah membantu penulis baik untuk selama pelaksanaan penelitian ataupun penyelesaian laporan ini.

Demikian kepada seluruh pihak yang mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terimakasih. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar penulis bisa menyusun laporan menjadi lebih baik lagi. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya maupun semua pihak.

Yogyakarta, 06 Desember 2022



Linda Dellicia Santiory

## DAFTAR ISI

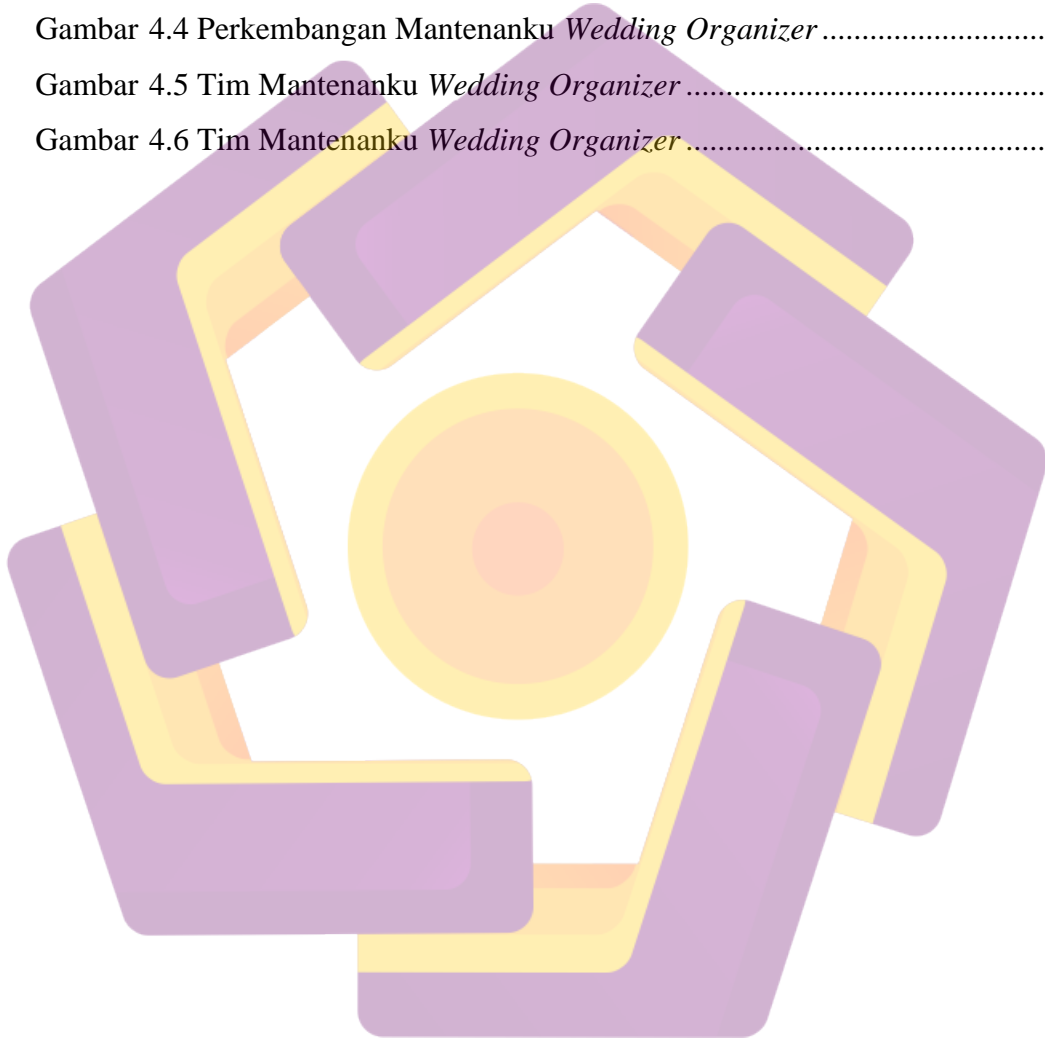
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktis .....	6
1.6 Sistematika BAB .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Mix 7p</i> ).....	13
2.2.2 <i>Brand Awareness</i> .....	18
2.3 Profil Perusahaan.....	20
2.3.1 <i>Mantenanku Wedding Organizer</i> .....	20
2.3.2 Visi dan Misi.....	20
2.4 Kerangka Berpikir.....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.1.1 Jenis Penelitian .....	22



3.1.2 Metode Penelitian .....	22
3.1.3 Paradigma Penelitian .....	23
3.2 Objek Penelitian .....	24
3.3 Subjek Penelitian .....	24
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	28
3.4.1 Data Primer .....	28
3.4.2 Data Sekunder .....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.5.1 Observasi .....	29
3.5.2 Wawancara .....	29
3.5.3 Dokumentasi .....	30
3.6 Teknik Analisa Data .....	30
3.6.1 Reduksi Data .....	31
3.6.2 Penyajian Data .....	31
3.6.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi .....	31
3.7 Validitas Data .....	32
3.7.1 Triangulasi Metode .....	32
3.7.2 Triangulasi Teori .....	32
3.7.3 Triangulasi Sumber Data .....	32
3.7.4 Triangulasi antar Peneliti .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 HASIL PENELITIAN .....	34
4.1.1 GAMBARAN UMUM NARASUMBER .....	34
4.1.2 Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	36
4.1.3 <i>Brand Awareness</i> .....	59
4.2 PEMBAHASAN .....	63
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
5.1 KESIMPULAN .....	71
5.2 SARAN .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Komponen Bauran Pemasaran .....	14
Gambar 2.3 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	18
Gambar 4.1 Logo Mantenanku Wedding Organizer .....	40
Gambar 4.2 <i>Pricelist</i> Mantenanku <i>Wedding Organizer</i> .....	44
Gambar 4.3 Paket Mantenanku <i>Wedding Organizer</i> .....	47
Gambar 4.4 Perkembangan Mantenanku <i>Wedding Organizer</i> .....	48
Gambar 4.5 Tim Mantenanku <i>Wedding Organizer</i> .....	53
Gambar 4.6 Tim Mantenanku <i>Wedding Organizer</i> .....	58



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.4 Kerangka Berpikir Penelitian .....	21
Bagan 4.1 Struktur Mantenanku <i>Wedding Organizer</i> .....	54



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.1 Data Narasumber.....	26



## INTISARI

Teknologi membuat adanya perubahan yang di alami oleh semua orang, berkembangnya teknologi membuat adanya perubahan kebiasaan yang dialami oleh seseorang. Masyarakat sudah tidak mau direpotkan kembali oleh adanya suatu acara pernikahan. *Wedding Organizer* hadir ditengah-tengah masyarakat untuk membantu adanya sebuah acara pernikahan, *Wedding Organizer* menjadi semakin di butuhkan oleh kalangan masyarakat. Dalam sebuah pernikahan *Wedding Organizer* menjadi salah satu kunci kesuksesan yang ada di dalamnya. *Wedding Organizer* akan membantu mempersiapkan dengan matang apapun yang akan dibutuhkan calon manten pada saat sebelum acara hingga sampai acara berlangsung.

Mantenanku *Wedding Organizer* menjadi salah satu *Wedding Organizer* yang ada di Yogyakarta, Mantenanku *Wedding Organizer* berdiri tahun 2014 yang didirikan oleh Serena Rayi Ingstu. Mantenanku sendiri juga merupakan salah satu *Wedding Organizer* yang akan membatu calon manten dalam acara pernikahannya. Mantenanku *Wedding Organizer* mempunyai banyak pilihan yang dapat dipilih oleh konsumen untuk acara pernikahan. Pilihan tersebut terkait dengan vendor, *budget* konsumen, dan masih banyak lagi. Hal tersebut membuat salah satu daya tarik bagi Mantenanku *Wedding Organizer*, dalam menarik konsumen banyak strategi yang digunakan oleh Mantenanku *Wedding Organizer*. salah satu strategi yang digunakan yaitu menggunakan media sosial.

Mantenanku *Wedding Organizer* mencari konsumen melalui akun media sosialnya, karena media sosial efektif dalam penyebarakn informasi. Hal tersebut membuat Mantenanku *Wedding Organizer* melakukan promosi pada akun media sosialnya. Hal tersebut membuat ketertarikan tersendiri oleh penulis, sehingga peneliti tertarik unuk menganalisa komunikasi pemasaran Mantenanku *Wedding Organizer* dalam membangun *Brand Awareness*.

**Kata kunci:** *Wedding Organizer*, Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, *Brand Awareness*

## ABSTRACT

*Technology makes changes that are experienced by everyone, the development of technology makes changes in habits experienced by a person. People no longer want to be bothered again by the existence of a wedding ceremony. Wedding Organizers are present in the midst of society to help with a wedding event, Wedding Organizers are becoming increasingly needed by the community. In a wedding Wedding Organizer is one of the keys to success in it. The wedding organizer will help carefully prepare whatever the prospective groom will need before the event until the event takes place.*

*Mantenanku Wedding Organizer is one of the Wedding Organizers in Yogyakarta, Mantenanku Wedding Organizer was founded in 2014 which was founded by Serena Rayi Ingstu. My groom himself is also one of the wedding organizers who will help prospective grooms in their weddings. Mantenanku Wedding Organizer has many options that consumers can choose from for weddings. These choices are related to vendors, consumer budgets, and many more. This makes one of the attractions for the Mantenanku Wedding Organizer, in attracting consumers there are many strategies used by the Mantenanku Wedding Organizer. One of the strategies used is using social media.*

*Mantenanku Wedding Organizer looks for consumers through their social media accounts, because social media is effective in spreading information. This made Mantenanku Wedding Organizer carry out promotions on their social media accounts. This has created a special interest for the author, so that researchers are interested in analyzing the marketing communications of Mantenanku Wedding Organizer in building Brand Awareness.*

**Keywords:** *Wedding Organizer, Marketing Communication, Marketing Mix, Brand Awareness.*