

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Arif Darma Wiraparasdy

Strategi Promosi Lakone Wedding Organizer Semarang Dalam Menarik Minat Calon Konsumen Tahun 2017

Tahun Skripsi : 2018 +

Daftar Pustaka : 15 Buku + 3 Website

Perusahaan jasa pernikahan atau lebih dikenal sebagai *wedding organizer* berkembang dengan pesat termasuk di Semarang. Dalam bisnis *wedding organizer* perusahaan harus memahami karakteristik dan dapat membaca keinginan calon pelanggannya. Oleh karena itu Lakone *Wedding Organizer* melakukan gebrakan baru yaitu menyelenggarakan pernikahan di Lawang Sewu, sebuah situs sejarah yang sangat terkenal di Semarang. Dengan menjadi *wedding organizer* pertama yang mengadakan acara pernikahan di Lawang sewu, maka Lakone mendapat peluang lebih banyak untuk membesarkan namanya di tengah – tengah persaingan *wedding organizer* di Semarang. Disini peneliti berusaha mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh Lakone mencapai target yang telah ditentukan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan dianalisa secara kualitatif. Lokasi penelitian yaitu di Lakone *Wedding Organizer* di Semarang. Dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan wawancara kepada pemilik dan manajer Lakone.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang dianggap paling efektif dan sangat diandalkan oleh Lakone adalah *personal selling* dan *word of mouth*. Dengan kedua strategi tersebut Lakone dapat bertatap muka dan lebih leluasa dalam bernegosiasi untuk mengurangi resiko dan ketidakpastian yang sering kali menyertai keputusan pembelian jasa.

Kata kunci :Strategi Promosi, Bauran Promosi, Wedding Organizer

ABSTRACT

University MuhammadiyahOf Yogyakarta

Faculty Of Social And Politics Of Science

Communication Department

Advertising Concentration

Arif Darma Wiraparasdya

Promotion Strategies Of Lakone Wedding Organizer Semarang To Pulling Prospective Customers in 2017

Year of Thesis : 2018 +

References : 15 Books + 3 Other Sources

Wedding service companies, better known as wedding organizers, are growing rapidly, for example in Semarang. In the wedding organizer business, companies must understand the characteristics and can read the wishes of their prospective customers. Therefore, Lakone Wedding Organizer made a new breakthrough by holding a wedding in Lawang Sewu, a very famous historical site in Semarang. By becoming the first wedding organizer to hold a wedding in Lawang Sewu, Lakone got more opportunities to raise its name in the midst of competition for wedding organizers in Semarang. Here, the researcher tried to describe the promotion strategy carried out by Lakone to reach a predetermined target.

The method used in this study is descriptive and analyzed qualitatively. The research location is in Lakone Wedding Organizer in Semarang. In collecting the data needed in this study using interviews with Lakone owners and managers.

The results of this study indicate that the strategy that is considered the most effective and highly relied upon by Lakone is personal selling and word of mouth. With these two strategies Lakone can meet face to face and be more flexible in negotiating to reduce risks and uncertainties that often accompany service purchase decisions.

Keywords : Promotion Strategies, Promotion Mix, Wedding Organizer