

Komunikasi Pemasaran Nelly Tenda Wedding Dalam Meningkatkan Pengguna Jasa *Wedding Organizer*

Diputra Antarjaya

Abstrak

Pada saat melangsungkan pernikahan bukan hal mudah, banyak hal-hal yang perlu disiapkan dan diurus. Melihat peluang itu hadirilah industri jasa pernikahan agar mempermudah. Penelitian ini ingin melihat bagaimana komunikasi pemasaran digunakan untuk meningkatkan jumlah pengguna jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Nelly Tenda Wedding dalam meningkatkan pengguna jasa layanan *wedding organizer*. Melalui metode kualitatif dengan teori pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara mendalam kepada pemilik perusahaan serta marketing Nelly Tenda Wedding, 3 orang konsumen dan observasi lapangan sebagai non partisipan. Hasil penelitian menunjukkan komunikasi pemasaran memang sangat diperlukan dalam segala bidang apapun karena komunikasi yang kita gunakan akan mempengaruhi hasil yang akan kita tuju.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Strategi, dan Konsumen

Marketing Communication Nelly Tenda Wedding in Enhancing Wedding Organizer Service User

Diputra Antarjaya

Abstract

At the time of marriage is not easy, many things need to be prepared and taken care of. Seeing that opportunity, the wedding services industry is here to facilitate. This research wants to see how marketing communications are used to increase the number of service users. This research is intended to find out marketing strategy by Nelly Tenda Wedding in increasing service of wedding organizer. Through qualitative method with phenomenology theory. Data completion technique used in interview with the owner and marketing of Nelly Tenda Wedding, 3 consumer and field observation as nonparticipant. Then found the themes of the research. Direct communication, indirect communication and promotion. The results show marketing communications are indispensable in all areas of any kind because the communication we use will affect the results we will go.

Keywords : Marketing Communications, Strategy, and Consumer