



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI ANALISIS  
PENYELENGGARAAN *EVENT* PADA KBIH AN -  
NURMANIYAH**



UNIVERSITAS  
**MUHAMMAD IMAM ISHTHIFA**  
**MERCU BUANA**  
55214110002

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKSI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2017**



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Muhammad Imam Ishthifa
2. NIM : 55214110002
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
6. Judul : Komunikasi Pemasaran Melalui Analisa Penyelenggaraan  
*Event* Pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH)  
AN NURMANIYAH.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 19 September 2017  
Pembimbing Utama

( Dr. Yoyoh Hereyah.Msi)

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa semua pernyataan Tesis ini :

Judul : Komunikasi Pemasaran Melalui Analisi Penyelenggaraan *Event*  
Pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) AN NURMANIYAH

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Muhammad Imam Ishtifia

NIM : 55214110002

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 19 September 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 19 September 2017



Muhammad Imam Ishtifia



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU  
KOMUNIKASI

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Komunikasi Pemasaran Melalui Analisis Penyelenggaraan *Event* Pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) AN NURMANIYAH.
2. Nama : Muhammad Imam Ishthifa
3. NIM : 55214110002
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
7. Tanggal : 19 September 2017

Jakarta, 19 September 2017

Mengetahui

1. Ketua Sidang  
Dr. Ahmad Mulyana., M.Si
2. Penguji Ahli  
Dr. Henni Gusfa., M.Si
3. Pembimbing  
Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si

(.....)

(.....)

(.....)

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Komunikasi Pemasaran Melalui Analisi Penyelenggaraan *Event*  
Pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) AN NURMANTYAH.

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Muhammad Imam Ishtifa

NIM : 55214110002

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 19 September 2017

Mengesahkan

Pembimbing Utama

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Dr. Yoyoh Hereyah.M.Si

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J Rachbini

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Ahmad Mulyana.,M. Si

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji serta syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Komunikasi Pemasaran Melalui Analisa Penyelenggaraan *Event* pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) AN NURMANIYAH.

Dengan rasa hormat dan penuh keikhlasan, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Yoyoh Hereyah. Msi. Dosen Pembimbing yang senantiasa tanpa lelah membimbing saya.
2. Dra. Hj. Nurma Nugraha, MA. Ketua Yayasan An-Nurmaniyah.
3. Dr. Alfiati, M.Pd. Ibu tercinta dan tersayang yang telah memberikan restu, dukungan moral dan material untuk menyelesaikan Tesis.
4. Munir Abd. Rahman. Bapak tercinta dan tersayang yang telah memberikan restu, dukungan moral dan material untuk menyelesaikan Tesis.
5. Nisa Amalia. Adik tercinta dan tersayang yang telah memberikan dukungan moral untuk menyelesaikan Tesis.
6. Windi Selvia, S.Ds. Istri tercinta dan tersayang yang telah memberikan dukungan moral untuk menyelesaikan Tesis.
7. Rekan – rekan Magister Universitas Mercu Buana.

Dengan penyusunan laporan ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mohon maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat pada laporan ini. Semoga laporan ini bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 19 September 2017

Penulis

Muhammad Imam Ishtifa

## Daftar Isi

ABSTRAK .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS .....	v
LEMBAR PENGESAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKAPEMIKIRAN</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kerangka Pemikiran .....	21
2.3 Kajian Teoritis .....	22
2.3.1 <i>Advertising</i> .....	25
2.3.2 <i>Direct Marketing</i> .....	25
2.3.3 <i>Interactive/Internet Marketing</i> .....	25
2.3.4 <i>Sales Promotion</i> .....	26
2.3.5 <i>Personal Selling</i> .....	26
2.3.6 <i>Public Relation</i> .....	33
2.3.7 <i>Promotion</i> .....	34
2.3.8 <i>Event</i> .....	38
2.3.8.1 <i>Jenis Event</i> .....	39
2.3.8.2 <i>Pengertian Special Event</i> .....	40
2.3.8.3 <i>Tujuan Special Event</i> .....	41
2.3.8.4 <i>Fungsi Special Event</i> .....	42
2.3.8.5 <i>Elemen Event</i> .....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	45
3.2 Paradigma Penelitian .....	45

3.3 Metode Penelitian.....	48
3.4 <i>Key Informan</i> .....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Teknik Analisis Data .....	56
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	57

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	59
4.1.1 Struktur Organisasi An – Nurmaniyah <i>Tour and Travel</i> .....	61
4.1.2 Produk An – Nurmaniyah <i>Tour and Travel</i> .....	62
4.2 Pembahasan.....	81
4.2.1 <u>Rancangan Komunikasi Pemasaran Pada Penyelenggaraan <i>Gathering</i></u> .....	81
4.2.2 <u>Rancangan Komunikasi Pemasaran Pada Penyelenggaraan <i>Pengajian</i></u> .....	94

#### **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	103
5.2 Saran.....	104

**DAFTAR PUSTAKA** .....

**LAMPIRAN** .....

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP** .....

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.1 Key Informan .....	51
Tabel 4.1 Jadwal Kegiatan Umroh An – Nurmaniyah <i>Tour and Travel</i> ...	72
Tabel 4.2 Jadwal Kegiatan Haji An – Nurmaniyah <i>Tour and Travel</i> .....	79



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	22
Gambar 2.3 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi An – Nurmaniyah tour and travel .....	61
Gambar 4.2 Produk An – Nurmaniyah <i>Tour and Travel</i> .....	62

