



**Strategi Promosi *One Stop Dying*
Studi Kasus Strategi Promosi Syariah
Al-Azhar Memorial Garden Karawang**

TESIS

Andri Budiwidodo

55210120078

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**



**Strategi Promosi *One Stop Dying*
Studi Kasus Strategi Promosi Syariah
*Al-Azhar Memorial Garden Karawang***

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

ANDRI BUDIWIDODO

55210120078

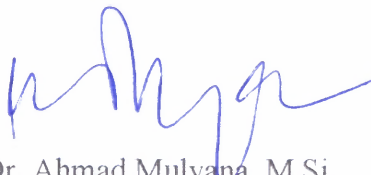
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Andri Budiwidodo
2. NIM : 55210120078
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communication*
6. Judul : Strategi Promosi *One Stop Dying*, Studi Kasus
Strategi Promosi Syariah Al-Azhar *Memorial Garden* Karawang

Jakarta, 24 Mei 2015

Pembimbing Utama



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

Pembimbing II



Dr. Prima Mulyasari Agustini, M.Si.



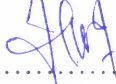
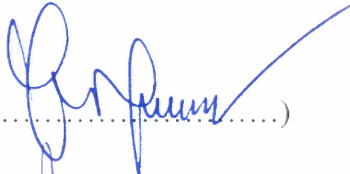
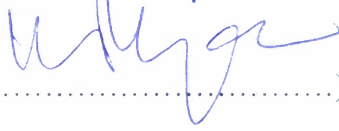
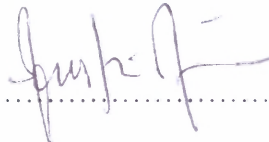
UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Strategi Promosi *One Stop Dying*, Studi Kasus
Strategi Promosi Syariah Al-Azhar *Memorial
Garden* Karawang
2. Nama : Andri Budiwidodo
3. NIM : 55210120078
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
7. Tanggal : 27 Mei 2015

Jakarta, 27 Mei 2015

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Dr. Henni Gusfa, M.Si. (..........)
2. Penguji Ahli:
Dr. Elly Yuliatwati, M.Si (..........)
3. Pembimbing I:
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. (..........)
4. Pembimbing II:
Dr. Prima Mulyasari Agustini, M.Si. (..........)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Promosi *One-Stop Dying*, Studi Kasus Strategi Promosi Syariah Al-Azhar *Memorial Garden* Karawang
2. Nama : Andri Budiwidodo
3. NIM : 55210120078
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate & Marketing Communication*
7. Tanggal : ...12 Juni..... 2015

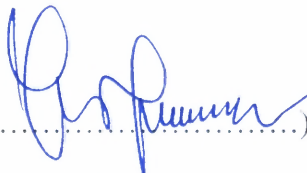
Jakarta, ...12 Juni..... 2015

Mengetahui,

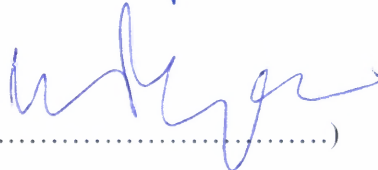
1. Ketua Sidang:
Dr. Henni Gusfa, M.Si.

()

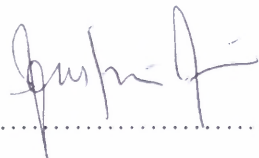
2. Penguji Ahli:
Dr. Elly Yuliyawati, M.Si.

()

3. Pembimbing I:
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

()

4. Pembimbing II:
Dr. Prima Mulyasari A., M.Si.

()

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Promosi *One Stop Dying*, Studi Kasus Strategi Promosi Syariaah Al-Azhar *Memorial Garden* Karawang
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Andri Budiwidodo
NIM : 55210120078
Program : Marketing and Corporate Communication
Tanggal :

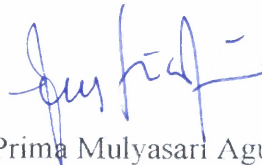
Mengesahkan

Pembimbing Utama



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

Pembimbing II



Dr. Prima Mulyasari Agustini, M.Si.

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Nur Kholisoh, M.Si.

PERNYATAAN

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

Judul : Strategi Promosi *One Stop Dying*, Studi Kasus Strategi Promosi Syariah Al-Azhar *Memorial Garden* Karawang
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Andri Budiwidodo
NIM : 55210120078
Program : *Corporate & Marketing Communication*
Tanggal : 23 MEI 2015

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, 23 MEI 2015



Andri Budiwidodo

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Strategi Promosi *One Stop Dying*, Studi Kasus Strategi Promosi Syariah Al-Azhar *Memorial Garden* Karawang.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana strategi promosi yang dijalankan oleh pengelola Al-Azhar *Memorial Garden* sebagai tempat pemakaman umum yang sesuai dengan syariah Islam yang pertama di Indonesia, dimana ranah kematian dan pemakaman yang merupakan ranah keagamaan (sosial keagamaan) bergeser menjadi ranah pemasaran yang kemudian dipromosikan secara hati-hati untuk menarik minat calon konsumen yang beragama Islam.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada: Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., sebagai dosen pembimbing I dan Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, M.Si., sebagai dosen pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.

Penulis juga berterima kasih kepada Bapak Juwono Tri Atmodjo, S.Sos., M.Si., selaku Penguji pada Seminar Proposal, Dr. Elly Yuliawati, M.Si., selaku Penguji pada Ujian Tesis, Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Ibu Dr. Nur Kholisoh, S.Sos., M.Si., beserta Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Ibu Dr. Henni Gusfa, M.Si, yang bertindak selaku Ketua Ujian Tesis yang memberikan masukan yang sungguh mencerahkan untuk revisi Tesis ini.

Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen (Bapak Dr. Farid Hamid U., M.Si., Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si., beserta Bapak/Ibu dosen lainnya) dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi (Mas Warso dan kawan-kawan), termasuk rekan-rekan mahasiswa (Pak Ade Fadli, Ade Rachma, Egi, Uci, Andrew, Deni, Nanda, Heikal yang udah doktor jebolan *England* dan istrinya Ika yang sibuk ama *high heelsnya*, Angel sang penyanyi, Gadis yang *ndak* gadis lagi, Yusti dan Pingkan), yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dan bergabung dengan rekan-rekan sekalian yang telah rampung dan diwisuda.

Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Terutama mama Hj. RA Sukriyati yang berjuang melawan kanker darah, dan ayah H. Kambali yang setia selalu mendampingi dan

merawat mama, yang menginspirasi penulis untuk terus berjuang dan belajar lebih baik. Tentu saja tak lupa anakku (Adi Rahman Widodo) dan istri (Ambar Wulandari, S.T.) yang dengan sabar menemani dan menyediakan segala kebutuhan penulis, terutama soal makan dan minum serta mengingatkan waktu untuk istirahat. Terima kasih pula kepada seluruh kakak, adik serta para keponakan (Mas Eko Budi Wibowo, S.E., dan Mbak Sri, ponakanku Edit, ayo *cepatan* diselesaikan skripsinya, juga Dela; kemudian Mbak Iin-Intarti Budiandajani, S.Sos., dan Mas Yadi, serta ponakanku Kak Gean dan Ditra; adikku Nining-Retno Budiastriingrum, S.H., dan Latief serta ponakanku Icha, Dina dan Obi; adikku Pipit-Astri Puspitasari, S.Pd., dan Mal Blekeney di Perth Australia sana; Yudi Firdiansyah, S.AB., dan Ayu serta ponakanku Aldric; adik bungsuku Dimas Sigi Nugraha, S.E., yang baru saja menyelesaikan studi S1-nya).

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan strategi promosi bagi bisnis yang unik dan mengandung sensitifitas yang tinggi seperti bisnis pemakaman ini, maupun bisnis lainnya yang memiliki kemiripan dengan karakteristik bisnis pemakaman ini.

Penulis

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	
1.4.1. Aspek Teoritis/akademis (keilmuan)	8
1.4.2. Aspek Praktis (guna laksana)	8

BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka	
2.1.1. Penelitian Sebelumnya	10
2.1.2. Strategi Komunikasi Pemasaran	24
2.1.3. Prinsip Dasar Strategi Komunikasi Pemasaran	30
2.1.4. Komponen Pokok Strategi Komunikasi Pemasaran	30
2.1.5. Tujuan Promosi	36
2.1.6. <i>Pull dan Push Strategy</i>	38
2.1.7. Pemakaman	39
2.1.8. <i>One Stop Dying</i>	41
2.1.9. Syariah Islam	43
2.1.10. Berbisnis Cara Nabi Muhammad SAW	47
2.2. Kerangka Pemikiran	49

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	51
3.2. Paradigma Penelitian	51
3.3. Metode Penelitian	51
3.4. Definisi Konsep	52
3.5. Key Informan	54
3.6. Teknik Pengumpulan Data	55
3.7. Teknik Analisa Data	57
3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	59

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	
4.1.1. Yayasan Pesantren Islam (YPI) Al-Azhar	60
4.1.2. Syiar Islam	64
4.1.3. Al-Azhar Memorial Garden (AMG) Karawang	65
4.2. Hasil Penelitian	78
4.3. Pembahasan	106
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	126
5.2. Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	137
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	257



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1.3.1. Tipe Kavling	75
Tabel 4.2.1. Informan/Partisipan/Responden Focus Group Discussion	91
Tabel 4.2.2. Berbagai Jenis Usaha untuk Pemenuhan Kebutuhan	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian	50
Gambar 4.1.1.1. Lambang Yayasan Pesantren Islam (YPI) Al-Azhar	60
Gambar 4.2.1. Strategi Promosi: Konsep Pemakaman Berupa Taman	80
Gambar 4.2.2. Brosur <i>The First Sharia Memorial Garden in Indonesia</i>	81
Gambar 4.2.3. Undangan Silaturahmi Konsumen	83
Gambar 4.2.4. Brosur Promosi Pembiayaan Kerjasama dengan BTN Syariah. 85	
Gambar 4.2.5. Pamflet Promosi 1x Bayar Biaya Pemeliharaan Selamanya	86
Gambar 4.3.1. Keterkaitan Strategi Promosi dan Strategi Sales/Marketing	111
Gambar 4.3.2. <i>Billboard</i> Penunjuk Arah Lokasi AMG	116
Gambar 4.3.3. <i>Diagram Ambiguous Promotion</i>	120
Gambar 4.3.4. <i>Diagram High-Blur-Sensitive Promotion</i>	123



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Panduan Interview dengan manajemen AMG	137
Lampiran 2: Panduan Diskusi untuk FGD	142
Lampiran 3: <i>Key Informant</i> #1: Direktur AMG	147
Lampiran 4: <i>Key Informant</i> #2: Manajer Promosi AMG	172
Lampiran 5: <i>Key Informant</i> #3: GM Sales Marketing AMG	184
Lampiran 6: Responden dalam FGD	187
Lampiran 7: Surat Izin Penelitian	241
Lampiran 8: Surat Tugas Dosen Pembimbing dan Mahasiswa Tesis	242
Lampiran 9: Struktur Kepemilikan Saham PT NPSS	244
Lampiran 10: Struktur Organisasi PT NPSS	245
Lampiran 11: Foto-foto di Al-Azhar <i>Memorial Garden</i>	246
Lampiran 12: Definisi Pemakaman Tumpangan	250
Lampiran 13: Tarif Retribusi Pelayanan Pertamanan dan Pemakaman	251
Lampiran 14: Mati “Indah” Di Makam Mewah	252
Lampiran 15: Berburu Kuburan Selagi Hidup	253
Lampiran 16: Menjual Jalan Nyaman Ke Akhirat	254

