



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

Nama : Mochammad Shobirin
NIM : 44312120161
Judul : STRATEGI PROMOSI RAFA WEDDING ORGANIZER 354
UNTUK MENARIK MINAT KONSUMEN
Bibliografi : 5 Bab + 64 Halaman + 2 Lampiran + 1 Tabel + 4 Gambar
23 Buku, 1 referensi internet.

ABSTRAKSI

kesibukan dunia kerja yang nyaris tanpa menyisakan waktu menjadi realitas bagi banyak calon mempelai. Kondisi inilah yang kemudian memberi peluang besar bagi munculnya Rafa Wedding Organizer 354, perusahaan yang bergerak dalam bisnis jasa *wedding organizer*. Sebagai pihak ketiga yang menjadi alternatif pilihan, sekaligus solusi yang dirasa sangat membantu bagi banyak calon mempelai dengan strategi promosi “*adjust budgeting*”.

Rafa Wedding Organizer 354 dipilih sebagai objek penelitian karena menggunakan strategi promosi yang mampu memaksimalkan *budget* para calon mempelainya. Hal ini menjadikannya menarik untuk diteliti.

Metode penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif jenis penelitian deskriptif dengan melakukan studi pustaka, observasi dan wawancara mendalam dengan beberapa narasumber dari Rafa Wedding Organizer 354 dan konsumen.

Strategi promosi yang digunakan berdasarkan STP dengan strategi promosi *adjust budgeting*. Hasil penelitian menggambarkan untuk segmen Rafa Wedding organizer 354 menggunakan promosi *online* terlebih dahulu sebelum berlanjut ketahap *offline*.

Kesimpulan yang didapat diakhir hasil penelitian ini adalah, bahwa strategi promosi untuk menarik minat konsumen *wedding organizer (wo)* dapat menggunakan media online yang mana jika ada salah satu calon mempelai yang potensial akan segera di respon secepat mungkin ke media offline.