

## ABSTRAK

Yuni Suryani Sianipar, 97420005

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SAKHA WEDDING ORGANIZER MELALUI MEDIA KOMUNIKASI DIGITAL DI ERA NEW NORMAL**

Tesis Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi Pariwisata, Universitas Gunadarma, 2023.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Digital, Media Baru, Teori Kekayaan Media.

(xv + 102 + Lampiran)

Penelitian ini menganalisis serta mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pemasaran Sakha Wedding Organizer melalui media komunikasi digital di era *new normal*. Sakha Wedding Organizer adalah salah satu penyedia *Jasa Catering Service* dan *Wedding Planner* di Bogor yang didirikan di era pandemi namun bisa bertahan dan terus mengembangkan bisnisnya disaat perekonomian sedang mengalami penurunan akibat Pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan Komunikasi Pemasaran, IMC, Komunikasi Digital, Media Baru dan Teori Kekayaan Media. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Sakha Wedding Organizer di era *new normal* menggunakan berbagai bauran komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi. Dapat disimpulkan bahwa Sakha Wedding Organizer mampu melakukan pemanfaatan *new media* sebagai media informasi dengan baik, hal ini dapat dilihat dari kesesuaian pada empat kriteria dalam teori kekayaan media. Media Komunikasi digital yang digunakan adalah Instagram dan WhatsApp, dimanfaatkan sebagai media informasi yang saling berhubungan dan saling mengisi satu sama lain. Selain itu, hubungan baik antara *owner* Sakha Wedding Organizer dan staff, vendor-vendor, *client* serta mitra lain yang ikut terlibat berpengaruh dalam keberhasilan strategi komunikasi pemasaran Sakha Wedding Organizer di era *new normal*.

Daftar Pustaka (2015 – 2022)