STRATEGI KOMUNIKASI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DALAM MEMPERKENALKAN SULTON ORGANIZER KEPADA CALON KONSUMEN

SKRIPSI

Oleh:

Anida Hani Firdiana

202110415231

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

STRATEGI KOMUNIKASI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DALAM MEMPERKENALKAN SULTON ORGANIZER KEPADA CALON KONSUMEN

SKRIPSI

Oleh:

Anida Hani Firdiana

202110415231

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi *Electronic Word of Mouth* Dalam Memperkenalkan Sulton Organizer Kepada Calon Konsumen
Nama Mahasiswa	: Anida Hani Firdiana
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415231
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom

NIDN. 0301047107

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi *Electronic Word of Mouth* Dalam Memperkenalkan Sulton Organizer Kepada Calon Konsumen
Nama Mahasiswa	: Anida Hani Firdiana
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415231
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tangga Lulus Ujian Skripsi	: 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si .....
0311046803

Penguji : Dr. Rina Sovianti, S.I.P, M.I.Kom .....
0301047107

Sekretaris Penguji : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom, M.Si .....
0312079501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Strategi Komunikasi_Anida Hani Firdiana_Fakultas Ilmu Komunikasi_2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Electronic Word of Mouth Dalam Memperkenalkan Sulton Organizer Kepada Calon Konsumen ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan di fotocopy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Anida hani Firdiana
202110415231

Anida hani Firdiana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Anida Hani Firdiana. 202110415231. *Strategi Komunikasi Electronic Word of Mouth dalam Memperkenalkan Sulton Organizer kepada Calon Konsumen.* Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Sulton Organizer dengan menggunakan pendekatan *electronic word of mouth* (e-WOM) untuk memperkenalkan jasanya kepada calon konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif, yang melibatkan wawancara mendalam dengan pemilik Sulton Organizer dan tiga pengguna jasa yang dipilih secara purposive. Data yang diperoleh dianalisis dengan mengacu pada lima elemen e-WOM menurut Sernovitz (2012), yaitu: *talker, topic, tools, talking part,* dan *tracking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sulton Organizer menerapkan elemen 5T, yaitu *talker, topic, tools, talking part* dan *tracking* dalam strategi komunikasi pemasarannya dan berhasil memperkenalkan layanan mereka melalui pengalaman positif pelanggan dan mitra vendor yang secara sukarela menyebarkan informasi. Topik utama yang dibicarakan adalah kualitas pelayanan, keramahan tim, dan responsivitas terhadap kebutuhan klien. Media sosial seperti Instagram dan WhatsApp digunakan secara aktif sebagai alat untuk memperkuat komunikasi dan memperluas jangkauan promosi. Selain itu, pelanggan juga turut membagikan testimoni melalui media sosial, yang mendukung keberhasilan strategi ini. Sulton Organizer memantau umpan balik pelanggan dan menggunakan informasi tersebut untuk evaluasi dan peningkatan kualitas layanan. Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa strategi komunikasi *electronic word of mouth* relevan dengan strategi komunikasi pemasaran yang Sulton Organizer gunakan.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Strategi e-WOM, *Wedding Organizer*

ABSTRACT

Anida Hani Firdiana. 202110415231. *Electronic Word of Mouth Communication Strategy in Introducing Sulton Organizer to Potential Consumers*. Skripsi.

This study aims to analyze the marketing communication strategy implemented by Sulton Organizer using an electronic word of mouth (e-WOM) approach to introduce its services to potential customers. This study uses a qualitative method with a descriptive study approach, which involves in-depth interviews with the owner of Sulton Organizer and three purposively selected service users. The data obtained are analyzed by referring to the five elements of e-WOM according to Sernovitz (2012), namely: talker, topic, tools, talking part, and tracking. The results show that Sulton Organizer applies the 5T elements, namely talker, topic, tools, talking part and tracking in its marketing communication strategy and successfully introduces their services through positive experiences of customers and vendor partners who voluntarily disseminate information. The main topics discussed are service quality, team friendliness, and responsiveness to client needs. Social media such as Instagram and WhatsApp are actively used as tools to strengthen communication and expand promotional reach. In addition, customers also share testimonials through social media, which supports the success of this strategy. Sulton Organizer monitors customer feedback and uses this information to evaluate and improve service quality. This study confirms that the electronic word of mouth communication strategy is relevant to the marketing communication strategy used by Sulton Organizer.

Keywords*: e-WOM Strategy, Marketing Communication, Social Media, Wedding Organizer.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang maha Esa atas Karunia dan Rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Penulis juga terima kasih kepada orang tua tercinta yaitu Ibu Novi Nurlela dan Bapak Supardi yang telah mendoakan demi kelancaran serta kemudahan penulis menyusun skripsi dan selalu memberikan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan mengikuti sidang kesarjanaan di Fakultas Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Banyak kendala yang dihadapi oleh penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini, tetapi berkat bantuan berbagai pihak maka skripsi ini selesai pada tenggat waktunya. Maksud serta tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk melihat bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan menggunakan konsep *Electronic Word of Mouth* dengan menggunakan elemen *talker, topic, tools, talking part* dan *tracking.* Sehingga tersusun penelitian ini dengan judul **Strategi Komunikasi *Electronic Word of Mouth* Dalam Memperkenalkan Sulton Organizer Kepada Calon Konsumen.**

Penyusunan skripsi ini tak lepas dari bantuan, bimbingan serta arahan dari berbagai pihak. Seiring dengan selesainya skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Irjen. Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D selaku dekan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, M.Si selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Strategi Komunikasi.., Anida Hani Firdiana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staf akademik yang telah berperan penting dalam membantu penulis membuat skripsi ini.
6. Isna Anistia, Pradita Nur Azizah, Annisa Nur Hasanah, Diska Nur Chasanah selaku sahabat yang telah menemani dan mendengarkan keresahan penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
7. Sindi Perasintya dan Fara Aneska selaku teman peneliti yang telah banyak membantu serta memberikan motivasi semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat.
8. Ahmad Nurhasan Isnain selaku teman, sahabat dan orang terkasih yang telah mendukung dan memberikan semangat motivasi kepada penulis serta banyak terlibat dalam fase kehidupan peneliti terlebih lagi disetiap proses perkuliahan sampai pada selesainya skripsi ini.
9. Keempat informan penelitian yang telah memberikan waktu serta informasi untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta orang-orang yang telah membantu penulis demi kelancaran penulisan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari, skripsi ini tidaklah sempurna. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti juga orang lain. Adapun kelebihan serta kekurangan yang dapat disampaikan baik sebagai kritik maupun saran akan peneliti terima sebagai koreksi agar dapat lebih baik.

Jakarta, 28 Juli 2025

Penulis,

Anida Hani Firdiana

202110415231

Strategi Komunikasi.., Anida Hani Firdiana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR BAGAN ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 5
1.3 Pertanyaan Penelitian 5
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Manfaat Penelitian 6
1.5.1 Manfaat Teoretis: 6
1.5.2 Manfaat Praktis: 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **7**
2.1 Penelitian Terdahulu 7
2.2 Tinjauan Konseptual 19
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran 19
2.2.2 Strategi Pemasaran 23
2.2.3 Komunikasi *Electronic Word of mouth* 24
2.2.4 Instagram 28
2.3 Kerangka Berpikir 30

Strategi Komunikasi.., Anida Hani Firdiana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 33
3.1 Pendekatan Penelitian 33
3.2 Desain Penelitian 33
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 34
3.4 Teknik Pengumpulan Data 34
3.5 Teknik Analisis Data 36
3.6 Keabsahan Data 36
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian 37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 38
4.1 Hasil Penelitian 38
4.1.1 Gambaran Umum Sulton Organizer 38
4.1.2 Profil Informan 40
4.1.3 Lokasi Penelitian 42
4.1.4 Hasil Penelitian 44
4.1.4.1 Data Jumlah Pelanggan Sulton Organizer 44
4.1.4.2 Strategi Komunikasi Electronic Word of Mouth 46
4.1.4.2.1 Talker 47
4.1.4.2.2 Topic 49
4.1.4.2.3 Tools 50
4.1.4.2.4 Talking Part 51
4.1.4.2.5 Tracking 52
4.2 Pembahasan 53
BAB V PENUTUP 62
5.1 Kesimpulan 62
5.2 Saran 62
5.2.1 Saran Teoretis 62
5.2.2 Saran Praktis 63
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Strategi Komunikasi.., Anida Hani Firdiana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 12
Tabel 7.1 Waktu Penelitian 37
Tabel 4. 1 Profil *Key* Informan 41
Tabel 4. 2 Profil Informan Pendukung 42
Tabel 4. 3 Data Jumlah Pelanggan Sulton Organizer 45

Strategi Komunikasi.., Anida Hani Firdiana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.4 Kerangka Pemikiran.....31

Strategi Komunikasi.., Anida Hani Firdiana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Sulton Organizer 38
Gambar 4. 2 Peta Lokasi Penelitian 42
Gambar 4. 3 Peta Lokasi Penelitian 43
Gambar 4. 4 Peta Lokasi Penelitian 43
Gambar 4. 5 Topic Dalam Promosi Komunikasi Electronic Word Of Mouth 56
Gambar 4. 6 Tools Dalam Promosi Komunikasi Electronic Word Of Mouth 57
Gambar 4. 7 Talking Part Dalam Promosi Komunikasi Electronic Word Of Mouth 59
Gambar 4. 8 Tracking Dalam Promosi Komunikasi Electronic Word Of Mouth . 60

Strategi Komunikasi.., Anida Hani Firdiana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Diri

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 4 Transkrip Wawancara

Lampiran 5 Reduksi Data

Lampiran 6 Dokumentasi

Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 8 Form Perbaikan Skripsi

Strategi Komunikasi.., Anida Hani Firdiana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025