

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN NASI KEBULI IJAB QABUL
DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN
DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

**Abiyan Jahfal Muzhaffar
04020521041**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2025

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abiyah Jahfal Muzhaffar
NIM : 04020521041
Prodi : Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Nasi Kebuli Ijab Qabul Dalam Menarik Minat Pelanggan di Sidoarjo adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 07 Desember 2024

Yang membuat pernyataan,




Abiyah Jahfal Muzhaffar
04020521041

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Abiyan Jahfal Muzhaffar
NIM : 04020521041
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Nasi Kebuli Ijab Qabul Dalam Menarik Minat Pelanggan di Sidoarjo

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 07 Desember 2024
Menyetujui Pembimbing,



P. Pratiwi, M.S.i NIP.
197306222009011004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN NASI
KEBULI IJAB QABUL DALAM MENARIK MINAT
PELANGGAN DI SIDOARJO


SKRIPSI

Disusun Oleh
Abiyan Jahfal Muzhaffar
04020521041

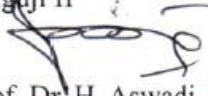
Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada
tanggal 2 Januari 2025

Tim Penguji

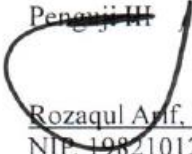
Penguji I


Pardianto, S.Ag, M.Si
NIP. 197306222009011004


Penguji II


Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001

Penguji III


Rozaqul Arif, M.Sos.I
NIP. 198210122015031004

Penguji IV


Dr. Imam Maksum, S.Ag., M.Ag
NIP. 197306202006041001

Surabaya, 2 Januari 2025

Dekan,


Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag. M. Fil.I.
NIP. 197110171998031001



LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Abiyan Jahfal Muzhaffar
NIM : 04020521041
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : abiyanj@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Nasi Kebuli Ijab Qabul Dalam Menarik

Minat Pelanggan di Sidoarjo

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 09 Januari 2024

Penulis

(Abiyan Jahfal Muzhaffar)

nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Abiyan Jahfal Muzhaffar, 04020521041, 2024. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Nasi Kebuli Ijab Qabul dalam menarik minat pelanggan di Sidoarjo

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran Nasi Kebuli Ijab Qabul dalam menarik minat pelanggan di Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Nasi Kebuli Ijab Qabul adalah: 1) strategi komunikasi pemasaran menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Whatsapp, 2) strategi komunikasi pemasaran pemasangan iklan/banner, dan 3) strategi komunikasi pemasaran pemberian diskon.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Teori AIDA



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Abiyan Jahfal Muzhaffar, 04020521041, 2024. Analysis of Marketing Communication Strategy of Nasi Kebuli Ijab Qabul in Attracting Customer Interest in Sidoarjo

This research aims to analyze the marketing communication strategy of Nasi Kebuli Ijab Qabul in attracting customer interest in Sidoarjo. This research uses descriptive qualitative research methods. Data was obtained through observation, in-depth interviews and documentation.

The research results show that the marketing communication strategies carried out by Nasi Kebuli Ijab Qabul are: 1) marketing communication strategies using social media such as Instagram, TikTok, and Whatsapp, 2) marketing communication strategies for placing advertisements/banners, and 3) marketing communication strategies for providing discounts .

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Social Media, AIDA Theory*

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

خلاصة

ابيان جحفال مزحفر، 04020521041, 2024. تحليل استراتيجية الاتصالات التسويقية لشركة ناسي كيبولي إجاب قابول في سيدوارجو

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجية الاتصالات التسويقية لشركة ناسي كيبولي إجاب قابول في جذب الزبائن في سيدوارجو. يستخدم هذا البحث أساليب البحث النوعي الوصفي. وقد تم الحصول على البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات المتعمقة والتوثيق.

أظهرت النتائج أن استراتيجيات الاتصالات التسويقية التي نفذتها شركة ناسي كيبولي إجاب قابول هي (1) استراتيجيات الاتصالات التسويقية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام وتيك توك وواتساب، (2) استراتيجيات الاتصالات التسويقية للإعلانات/اللافتات، (3) استراتيجيات الاتصالات التسويقية لتقديم الخصومات.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية الاتصال التسويقي، وسائل التواصل الاجتماعي، وسائل التواصل الاجتماعي AIDA نظرية

DAFTAR ISI

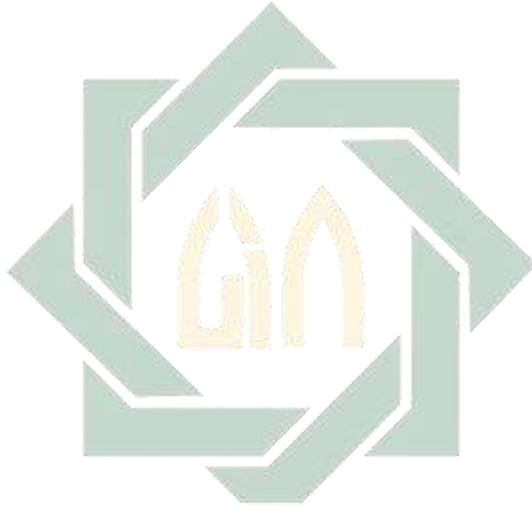
ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN NASI KEBULI IJAB QABUL DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN DI SIDOARJO	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
خلاصة.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	1
BAB I PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoretis.....	6
2. Manfaat Praktis	7
E. Definisi Konsep.....	7
1. Komunikasi	7
2. Komunikasi Pemasaran.....	9

3.	Strategi Komunikasi pemasaran.....	10
4.	Minat Pelanggan	12
F.	Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN TEORETIS		15
1.	Strategi Komunikasi.....	15
2.	Komunikasi Pemasaran.....	16
3.	Strategi Komunikasi Pemasaran	19
4.	Teori AIDA.....	19
B.	Kajian Perspektif Dakwah Islam	22
1.	Komunikasi	22
2.	Pemasaran	25
C.	Penelitian Terdahulu yang Relevan	28
D.	Kerangka Teoretik	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B.	Lokasi Penelitian	34
C.	Jenis dan Sumber Data	35
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	35
1.	Metode Observasi	35
2.	Metode Wawancara	36
3.	Metode Dokumentasi	36
E.	Teknik Validitas Data.....	37
F.	Teknik Analisis Data.....	37
1.	Reduksi Data	38
2.	Penyajian Data	38

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	38
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	39
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	39
1. Sejarah Nasi Kebuli Ijab Qabul Sidoarjo	39
2. Profil Informan.....	40
3. Kondisi Geografis Outlet Nasi Kebuli Ijab Qabul di Sidoarjo.....	41
B. Penyajian Data.....	41
C. Analisis Data	56
1. Perspektif Teori	56
2. Perspektif Dakwah Islam	67
BAB V PENUTUP	73
A. Simpulan.....	73
B. Rekomendasi	73
C. Keterbatasan Penelitian	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian	33
Gambar 4. 1 Logo Nasi Kebuli Ijab Qabul Sidoarjo	39



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Putra Dalem, Anak Agung Gde, and Ni Gusti Ayu Kadek Sari. "ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN JASA GO-JEK DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS CABANG BALI." *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi* 15, no. 2 (2017): 3. <https://doi.org/10.46650/jkik.15.2.597.%25p>.
- B, Quinn, and Nintzzberq H. *The Strategy: Process, Concepts, Contents, Cases*. Ney Jersey: Prentice Hal, n.d.
- Dermawansyah, M, and Reza Muhammad Rizqi. "Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Melalalui Digital Marketing Pada Home Industri Kopi Cahaya Robusta Sumbawa." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa* 4, no. 1 (2021): 2. <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/1047>.
- H, Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Hasan, Ali. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS, 2013.
- J.E, Kennedy, and Soemanagara R.D. *Marketing Communication - Taktik Dan Strategi*. Jakarta: Buana Ilmu Populer, 2006.
- Kertajaya, and Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2008.
- Kotler, P, and Armstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2008.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Ketler. *Manajemen Pemasaran*. 13th ed. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kurniawanti, Dessy, and Bambang Hendrawan. "ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. INDONESIA

VILLAJAYA DALAM UPAYA MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN.” *JOURNAL OF APPLIED BUSINESS ADMINISTRATION* 1, no. 1 (April 30, 2019): 61–73. <https://doi.org/10.30871/jaba.v1i1.1261>.

Limakrisna, Nandan. “PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KERELASIAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH.” *Jurnal Ekonomi Bisnis* 13, no. 1 (2008): 68–79. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ekbis/article/download/323/263>.

M.A, Morrison. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

Mardiyanto, Doni, and Giarti Slamet. “ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MERCHANDISE DI KEDAI DIGITAL 8 SOLO (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran).” *Surakarta Management Journal* 1, no. 1 (June 1, 2019): 43. <https://doi.org/10.52429/smj.v1i1.329>.

Maulidasari, Cut Devi, and Yusnaidi Yusnaidi. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pada PT.PT. Bank Aceh Melalui Pendekatan Teori AIDA.” *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 2, no. 2 (April 25, 2019): 73. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v2i2.985>.

Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.

Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.

Mundir. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Jember: Stain Press, 2013.

Nurhadi, Zikri Fachrul, and Achmad Wildan Kurniawan. “KAJIAN TENTANG EFEKTIVITAS PESAN DALAM KOMUNIKASI.” *Jurnal Komunikasi Universitas Garut* 3, no.

1 (2017): 91.
<https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/253>.

O.U, Effendi. *Ilmu, Teori Dan Filasafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2000.

P, Kotler, and Keller. *Marketing Management*. England: Pearson Education Limited, 2016.

Philip, Kotler, and Gary Armstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 1997.

Rahmadhani, Nadya, Dilla Syadzwina, Jois Simarmata, Lenti Susanna Saragih, and Danny Ajar Baskoro. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Nronlineshop_ Di Platform Shopee.” *Jurnal Penelitian Ekonomu Manajemen Bisnis* 3, no. 3 (2024): 128.
<https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jekombis/article/view/3942>.

Ropiah, Siti, Tri Susanto, and Muhammad Ramdhani. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran De Box Cafe dalam Menarik Minat Konsumen.” *Jurnal Politikom Indonesiana* 3, no. 2 (December 31, 2018): 231–39.
<https://doi.org/10.35706/jpi.v3i2.1670>.

———. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran De Box Cafe dalam Menarik Minat Konsumen.” *Jurnal Politikom Indonesiana* 3, no. 2 (December 31, 2018): 231–39.
<https://doi.org/10.35706/jpi.v3i2.1670>.

Roudhonah. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Press, 2007.

Salpitri, Riska Indah, and Sapta Sari. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Maxim Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Di Kota Bengkulu.” *Jurnal Multi Disiplin Dehasen* 2, no. 3 (2023): 491–428.
<https://doi.org/10.37676/mude.v2i3.4336>.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R & D)*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sukmadinata, and Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006.
- Suntoyo, Danang. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi, 2013.
- Surya, Muhammad Naufal, and Pardianto. “Komunikasi Dakwah Ustadz Syaiful Anwar.” *Journal of Management, Education and Communication* 2, no. 1 (2024): 22. <https://journal.dimarjayapublishing.com/index.php/jmec>.
- T.A, Ramadani, and Syahrinullah. “Analisis Efektivitas Platform Instagram Dalam Strategi Promosi Senja Coffee And Kitchen Pasca Pandemi Covid 19 Di Jember.” 2, no. 1 (2023): 228–35. <https://repository.upnjatim.ac.id/21617/7/20042010094-daftar pustaka.pdf>.
- T.A, Shimp. *Periklanan Dan Promosi*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Utami, Mayrisa Anggun, Martha Tri Lestari, and Berlian Primadani Satria Putri. “ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SMB TELKOM UNIVERSITY TAHUN 2015/2016 MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.” *Telkom University* 3, no. 1 (2016): 860. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3312>.
- Utomo, Andika Mohamad Ibak. “Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Geprek Abang Ireng.” *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 2018, 1–22.
- Zahra, Hanna Shifa, Ir H M Thamrin, and M Si. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise Di Kedai Digital 8 Solo (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran.” *Jurnal Fisipol*

1, no. 1 (2018): 2.
<http://repository.unmuhjember.ac.id/6585/1/JURNAL.pdf>.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A