

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Zen Delivery Order (ZENDO) Tulungagung” yang ditulis oleh Muhammad Noval Kavabik, NIM. 126304202108 Progam Studi Komunikasi Penyiaran Islam Jurusan Adab dan Dakwah, pembimbing dari Amrulloh Ali Moebin, M.I.Kom.

Tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui strategi komunikasi persuasif yang dilakukan Zendo dalam menarik minat pelanggan di wilayah Tulungagung, (2) mengetahui faktor-faktor yang menjadi pendorong dan penghambat Strategi Komunikasi Pemasaran Zendo bagi masyarakat di wilayah Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Teknik wawancara dilakukan dengan tidak terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara. Teknik observasi dilakukan dengan satu orang CEO, dua orang admin, dan satu orang driver.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Zendo menggunakan marketing mix serta menggunakan bentuk komunikasi yang berbeda dengan menggunakan media sosial seperti facebook, Instagram, dan whatsapp untuk melakukan komunikasi dan interaksi kepada konsumen serta untuk melakukan berbagai bentuk promosi dan iklan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Zen Delivery Order, Ojek *Online*

ABSTRACT

Thesis entitled "Zen Delivery Order (ZENDO) Tulungagung Marketing Communication Strategy" written by Muhammad Noval Kavabik, NIM. 126304202108 Islamic Broadcasting Communication Study Program, Department of Adab and Da'wah, supervisor from Amrulloh Ali Moebin, M.I.Kom.

The objectives of this research are (1) To find out the persuasive communication strategy used by Zendo to attract customer interest in the Tulungagung area (2) To find out the factors that encourage and inhibit Zendo's Marketing Communication Strategy for people in the Tulungagung area.

This research uses a qualitative research method with a qualitative descriptive approach. The data collection techniques used in this research are interviews, observation and documentation studies. The interview technique was carried out in an unstructured manner using an interview guide. The observation technique was carried out with one CEO, two admins and one driver.

The results of this research show that Zendo uses a marketing mix and uses different forms of communication by using social media such as Facebook, Instagram and WhatsApp to communicate and interact with consumers and to carry out various forms of promotion and advertising.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Zen Delivery Order, Online Ojek

خلاصة

الانصالات اسم تراتا يجية **Zen Delivery Order (ZENDO) Tulungagung** به عنوان الأطروحة الإذاعي الاتصال دراسة برنامج NIM. 126304202108 كافا بك، زوفال محمد كته بها "التسوية تقنية M.I.Kom. مؤيد، علمي، الله أمر من مشرف والمدعوة، الأدب قسم الإسلامي،

لجذب **Zendo** تستخدمها التي التقنية الاتصال اسم تراتا يجية لمعرفة (1) هي البحث هذا أهداف اسم تراتا يجية وتمنع تشجيع التي العوامل لمعرفة (2) أجونج، تولونج منطقة في العملاء تمام . أجونج تولونج منطقة في الأشخاص **Zendo** لشركة التسوية الاتصالات

البيانات جمع تقنيات النوعي الوصفية المنهج مع النوعي البحث منهج البحث هذا يستخدم المقابلة أسلوب تنفيذ تم. التوثيق ودراسات والملاحظة المقابلات هي البحث هذا في المستخدمة واحد تنفيذي مدير مع المراقبة تقنية تنفيذ تم. المقابلة دليل باستخدام منظمة غير بطريقة واحد وسائل المسؤولين من واثنين.

مخلفة أشكال وتستخدم التسوية المقاييس **Zendo** شركة أن بحثال هذا نتائج تظهر **Instagram** و **Facebook** مثل الاجتماعي التواصل وسائل استخدام خلال من التواصل من الترويج من مخلفة بأشكال والتقويم المساهمين مع والتفاعل للتواصل **WhatsApp** والكلمات. والإعلان

الإنترنت عبر **Zen, Ojek** تسليم طلب التسوية تقنية،صالات الات اسم تراتا يجية: المتاحية