

201910040311302
Muhammad Akbar Aprico
Prodi Ilmu Komunikasi

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CLUB XOAN DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN INDUSTRI HIBURAN MALAM
(Studi Kasus Pada Club Xoan Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi



Dosen Pembimbing :

Dr. Farid Rusman, M. Si.

Disusun oleh :

M.Akbar Aprico

201910040311302

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN


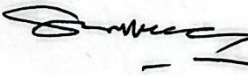

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Muhammad Akbar Aprico
201910040311302

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Hari, tgl bulan tahun sidang
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Widiya Yutanti, S. Sos, M.A** ()
2. **Sugeng Winarno, S. Sos, MA** ()
3. **Dr. Farid Rusman, M. Si.** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CLUB XOAN DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN INDUSTRI HIBURAN MALAM**

(Studi Kasus Pada Club Xoan Kota Malang)

Diajukan Oleh :

Muhammad Akbar Aprico

201910040311302

Telah disetujui

Rabu / 15 April 2026

Pembimbing I



Dr. Farid Rusman, M. Si.

Wakil Dekan I



Dr. Joko Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stywo Wibowo, M.Si.

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : M Akbar Aprico
NIM : 201910040311302

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Strategi Komunikasi Pemasaran Club Xoan Dalam Menghadapi Persaingan Industri Hiburan Malam (Studi Kasus pada Club Xoan Kota Malang) adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Maret 2026





Yang Menyatakan,




M Akbar Aprico




SURAT KETERANGAN SIAP UJI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN	
	Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2026	
 FISIP FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND HUMANITIES	Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:	
 LIMPASTI LITERATURE, INQUIRY, AND PRACTICE IN SOCIAL SCIENCES	Nama	: M Akbar Aprico
	No. Induk Mahasiswa	: 201910040311302
	Program Studi	: Ilmu Komunikasi
	Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Club Xoan Dalam Menghadapi
	Persaingan Industri Hiburan Malam (Studi Kasus pada Club Xoan Kota Malang)	
<p>Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih</p>		
<p>Malang, 15 Maret 2026</p> <p>Dosen Pembimbing</p>  Dr. Farid Rusman , M.Si NIP. 10390090173		


LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



UMMPASTI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MALANG



STARS
UN-QA

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:


NAMA	: M Akbar Aprico
NIM	: 201910040311302
Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 14 tahun akademik 2026 / 2027 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 15 Maret 2026

a.n Dekan
Ketua Program Studi



Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si

Kampus I
Jl. Blandong 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Pusat)
F: +62 341 650 435


Kampus II
Jl. Bendungan Sulars No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Pusat)
F: +62 341 582 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 654 319 (Pusat)
F: +62 341 650 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29
TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**


SKRIPSI/ Strategi Komunikasi Pemasaran Club Xoan Dalam Menghadapi Persaingan Industri Hiburan Malam (Studi Kasus pada Club Xoan Kota Malang)

Oleh:
Nama : M AKBAR APRICO
NIM : 201910040311302

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi


Menyetujui,

Malang, 15 Maret 2026
Pembimbing I/Promotor



Dr. Farid Rusman, M. Si.
NIP. 10390090173

(*) Coret yang tidak perlu

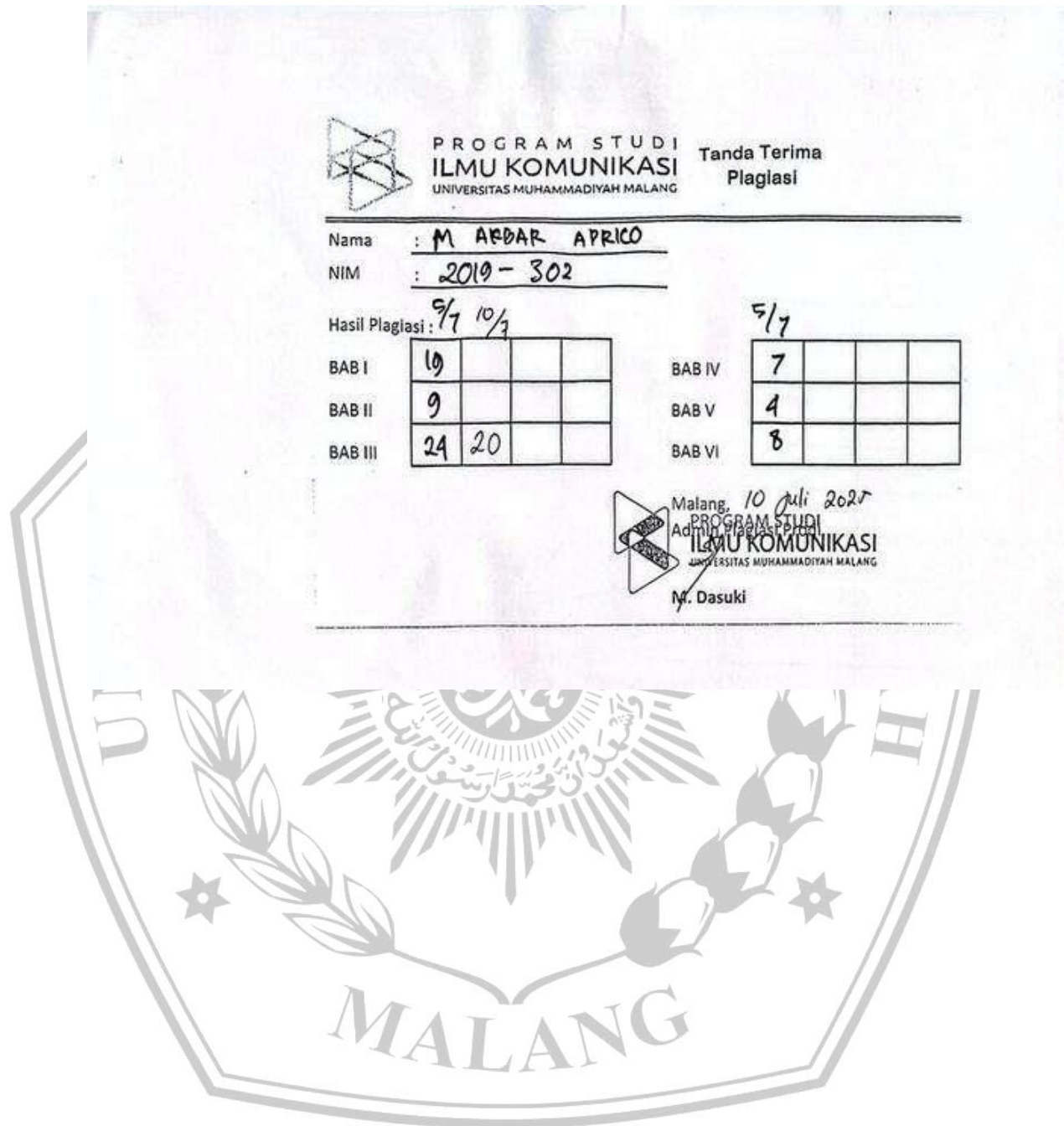


Kampus I
Jl. Bonang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 551 435


Kampus II
Jl. Bendungan Sisirin No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 551 080

Kampus III
Jl. Riksa Tlogomas No 760 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 554 378 (Hunting)
F. +62 341 450 430
E. webmaster@umm.ac.id


TANDA TERIMA PLAGIASI



LEMBAR BERITA BIMBINGAN SKRIPSI



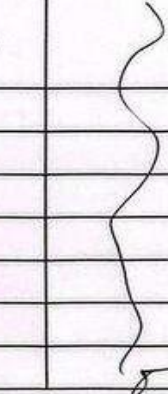
UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG




BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama
2. NIM
3. Jurusan
4. Fakultas
8. Judul Skripsi
5. Pembimbing
6. Kronologi Bimbingan:


: M Akbar Aprico
: 201910040311302
: Ilmu Komunikasi
: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
: Strategi Komunikasi Pemasaran Club Xoan Dalam Menghadapi
Persaingan Industri Hiburan Malam (Studi Kasus pada Club Xoan Kota Malang)
: Dr. Farid Rusman, M.Si

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
10 Desember 2024	Pengajuan Judul "Strategi Komunikasi Pemasaran Club Xoan Dalam Menghadapi Persaingan Industri Hiburan Malam (Studi Kasus pada Club Xoan Kota Malang)"	
6 Januari 2024	pengajuan BAB I - III	
9 Januari 2024	ACC BAB I - III	
29 Januari 2024	Seminar Proposal	
5 April 2024	Pengajuan BAB IV - VI	
15 April 2024	ACC BAB IV dan BAB V	
20 Mei 2025	ACC Abstrak dan BAB VI	
9 Juni 2025	Seminar Hasil	

Malang, 15 Maret 2026
Dosen Pembimbing



Dr. Farid Rusman, M. Si.
NIP. 10390090173




Kampus I
Jl. Blandong 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Pusat)
F. +62 341 551 435


Kampus II
Jl. Blandong, Sutomo No. 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 148 (Pusat)
F. +62 341 587 020

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Pusat)
F. +62 341 551 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

PENELITIAN SKRIPSI


Pada hari : Senin
Tanggal : 9 Juni 2025

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

1. Nama : M Akbar Aprico
2. NIM : 201910040311302
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Club Xoan Dalam Menghadapi Persaingan Industri Hiburan Malam (Studi Kasus pada Club Xoan Kota Malang)
6. Dosen Pembimbing : Dr. Farid Rusman, M.Si
7. Dosen Penguji : Widiya Yutanti, S. Sos, M.A

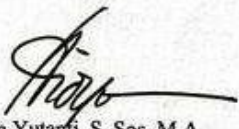
Seminar hasil dilakukan secara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link <https://us06web.zoom.us/j/82912342471?pwd=Jv4s5TWkZnVvmaby0f6bsoXti6McJm.1>
Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Dosen Pembimbing




Dr. Farid Rusman, M.Si

Malang
Dosen Penguji,




Widiya Yutanti, S. Sos, M.A

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Dendang 1, Lule, Jawa Timur
T. +62 341 51 213 (Kediri)
F. +62 341 460 435

Kampus II
G. Revokan-Sukasi No.110 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 421 (Kediri)
F. +62 341 582 003

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No.240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 524 318 (Kediri)
F. +62 341 462 435

LEMBAR DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lampiran Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil

NO	NAMA	NIM	KETERANAGAN
1.	Sekar Triantis Banowattie	202010050311355	Ilmu Komunikasi
2.	Tiara Hijri Mardova	202010040311063	Ilmu Komunikasi
3.	Salsabila Rizki Rahmadani	202010040311387	Ilmu Komunikasi
4.	Fitri Dwi Hardiyanti	202010040311228	Ilmu Komunikasi
5.	M Yazid Zidane Wasaraka	201910360311299	Hubungan Internasional
6.	Muhammad Biagi Rakasa	201810040311463	Ilmu Komunikasi
7.	Muchammad Wildan Hidayatulloh	201910040311227	Ilmu Komunikasi
8.	Paul Teller	202310160311355	Manajemen
9.	Ahmad Aghna Rahmawan	201910040311297	Ilmu Komunikasi
10	Diyya Daffa	201910360311015	Hubungan Internasional



Kampus I
Jl. Blandong 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 560 435

Kampus II
Jl. Bendungan Suban No 155 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 145 (Hunting)
F. +62 341 587 000

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 604 310 (Hunting)
F. +62 341 600 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Club Xoan dalam menghadapi persaingan industri hiburan malam di Kota Malang. Pertumbuhan industri hiburan malam yang pesat menyebabkan munculnya berbagai club dan tempat hiburan baru sehingga menciptakan persaingan yang ketat. Dalam kondisi tersebut, Club Xoan perlu menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif agar mampu mempertahankan eksistensi serta meningkatkan jumlah pengunjung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran Club Xoan, yaitu manajer operasional, dan tim marketing. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Club Xoan dilakukan melalui kombinasi push marketing strategy dan pull marketing strategy. Strategi push dilakukan melalui kegiatan kampanye promosi, pemberian promo bundling, diskon, serta berbagai gimmick dan program menarik untuk menarik minat konsumen secara langsung. Sementara itu, strategi pull dilakukan melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok, kerja sama dengan influencer dan public figure, publikasi melalui press release, serta pemanfaatan ulasan pelanggan (review) yang berperan dalam membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, Club Xoan juga membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen melalui berbagai aktivitas komunitas dan interaksi langsung di luar kegiatan club.



Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Club Xoan terbukti efektif dalam meningkatkan brand awareness, menarik pengunjung baru, serta membangun loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri hiburan malam di Kota Malang.

Kata kunci: strategi komunikasi pemasaran, hiburan malam, brand awareness, media sosial, Club Xoan.

Dosen Pembimbing



Dr. Farid Rusman, M. Si.

Peneliti



M. Akbar Aprico



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala berkah dan karunia-Nya serta senantiasa memberikan kemudahan, kelancaran, rasa syukur, dan kekuatan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Club XOAN dalam Menghadapi Persaingan Industri Hiburan Malam (Studi Kasus pada Club XOAN Malang)”** dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan dan akhlak mulia sebagai pedoman hidup. Semoga nilai-nilai keteladanan beliau senantiasa menjadi inspirasi dalam menuntut ilmu dan berkarya.

Peneliti menyadari bahwa tugas akhir skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Namun demikian, peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara materil maupun non materil.

Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Farid Rusman, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan arahan serta bimbingan kepada peneliti.
2. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
3. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, serta kasih sayang yang tiada henti kepada peneliti.
4. Keluarga besar yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi dalam setiap proses yang dilalui.

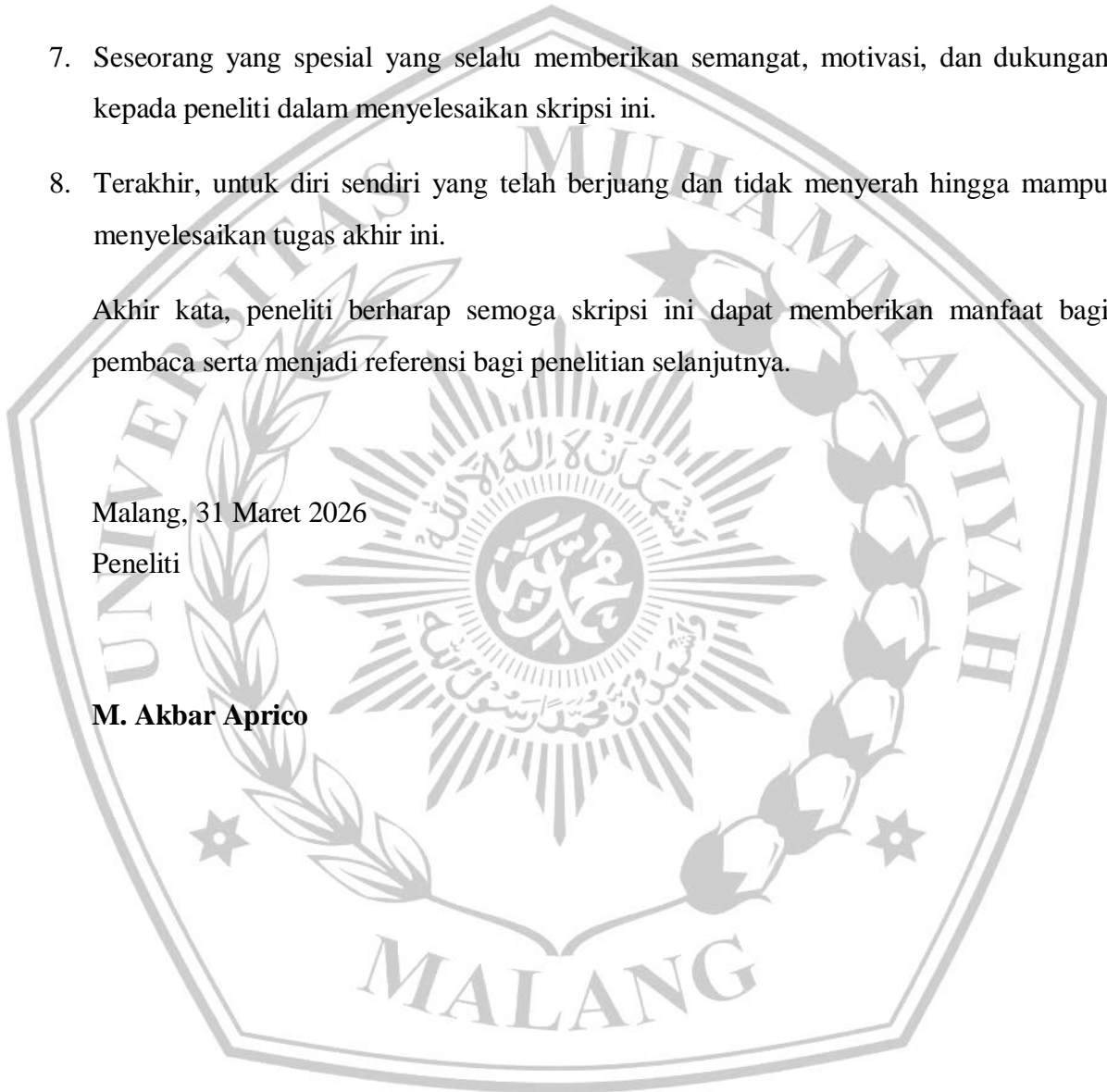
5. Sahabat dan teman-teman terdekat yang selalu memberikan dukungan, bantuan, serta menjadi tempat berbagi selama penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2019 yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan yang penuh kenangan dan pembelajaran.
7. Seseorang yang spesial yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terakhir, untuk diri sendiri yang telah berjuang dan tidak menyerah hingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Malang, 31 Maret 2026

Peneliti

M. Akbar Aprico



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	iii
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	iv
LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH	v
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI	viii
LEMBAR BERITA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
LEMBAR BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN	x
LEMBAR DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR PUSTAKA	1
BAB I	3
PENDAHULUAN	3
1.1. Latar Belakang.....	3
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian dan Macam-macam Bidang Komunikasi	9
2. Macam-macam Bidang Komunikasi	10
1. Komunikasi Interpersonal.....	10
2. Komunikasi Kelompok.....	10
3. Komunikasi Organisasi.....	11
4. Komunikasi Massa	11
5. Komunikasi Pemasaran.....	11
6. Komunikasi Politik.....	11
7. Komunikasi Lintas Budaya.....	12
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2. Tujuan dan Fungsi Komunikasi Pemasaran	15
3. Proses Komunikasi Pemasaran.....	16
4. Macam-macam Program Komunikasi Pemasaran.....	17

2.3 Media dan Saluran Komunikasi	18
2.4 Teori Marketing Management Philip Kotler (2016).....	19
2.5 Penelitian Terdahulu	24
BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Pendekatan Penelitian	26
3.2 Tipe Penelitian	27
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	27
2. Waktu Penelitian.....	27
3.4 Subjek Penelitian.....	28
3.5 Sumber Data.....	28
a. Data Primer	28
b. Data Sekunder	29
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	29
a. Observasi.....	29
b. Wawancara mendalam	29
c. Dokumentasi.....	29
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.8 Keabsahan Data.....	31
BAB IV	32
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	32
4.1 Sejarah Singkat Club Xoan	32
4.2 Struktur Organisasi Club Xoan	34
4.3 Segmentasi Pasar Club Xoan	35
4.4 Target Market Club Xoan.....	35
BAB V.....	37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
5.1. Pembahasan Hasil Penelitian	39
(Informan 2).....	40
(Informan 3).....	41
(Informan 4).....	41
Gambar 5.1 Bentuk Komunikasi Campaign Customer Xoan.....	44
(Informan 4).....	44
2. Bundling.....	45
(Informan 4).....	46
2. <i>Pull Marketing Strategy</i>	47
Gambar 5.3 Bentuk Komunikasi Press Release Xoan	47
(Informan 3).....	48
3. Sponsorship	48

(Informan 3).....	49
(Informan 4).....	50
4. Social Media Marketing.....	50
Gambar 5.5 Komunikasi Perayaan Hari Besar	52
(Informan 3).....	52
53	
Gambar 5.6 Kegiatan di Luar Xoan Berasama Konsumen.....	53
(Informan 4).....	54
a. Instagram.....	55
(Informan 3).....	56
(Informan 4).....	56
(Informan 4).....	57
Gambar 5.8 Highlight Instagram Xoan	58
Gambar 5.9 Feeds, Reels, dan Postingan Instagram Xoan.....	59
(Informan 3).....	60
(Informan 4).....	60
b. Tiktok.....	61
(Informan 4).....	62
(Informan 4).....	63
5. Influencer Marketing	64
Gambar 5.11 Bentuk Komunikasi Influencer Ke Xoan	65
(Informan 3).....	65
(Informan 4).....	66
6. Ulasan (Review).....	67
67	
Gambar 5.12 Bentuk Komunikasi Ulasan Google Pada Xoan	67
5.2 Strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Club Xoan	68
dalam menghadapi persaingan industri hiburan malam di Malang	68
BAB VI.....	72
KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
6.1 Kesimpulan	72
6.2 Saran	72
6.2.1 Saran Akademik	72
6.2.2 Saran Praktis	72
LAMPIRAN	73
Kondensasi Data	73
Tabel Kondensasi Data.....	73
Transkrip Wawancara (SANDI) Subjek Penelitian 1	78
Transkrip Wawancara (IKHWAN) Subjek Penelitian 1.....	80



DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu24
Tabel Kondensasi Data73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4 1 Logo Club Xoan (Sumber : Dok. Peneliti).....	32
Gambar 4.2 Lokasi Bagian Luar Club Xoan (Sumber : Dok. Peneliti)	33
Gambar 4 3 Struktur Organisasi Xoan (Sumber : Dok. Peneliti).....	34
Gambar 5 1 Bentuk Komunikasi Campaign Customer Xoan	44
Gambar 5 2 Bentuk Komunikasi Paket Bundling, Promo, dan Diskon Xoan (Sumber : Dok.Subjek Penelitian)	45
Gambar 5 3 Bentuk Komunikasi Press Release Xoan (Sumber : Dok.Subjek Penelitian)	47
Gambar 5 4 Bentuk Komunikasi Sponsorship Dalam Bentuk Pamflet (Sumber : Dok.Subjek Penelitian).....	49
Gambar 5 5 Komunikasi Perayaan Hari Besar (Sumber :	52
Gambar 5 6 Kegiatan di Luar Xoan Berasama Konsumen	53
Gambar 5 7 Profil Instagram Xoan (Sumber : Dok.Subjek Penelitian).....	55
Gambar 5 8 Highlight Instagram Xoan (Sumber :	58
Gambar 5 9 Feeds, Reels, dan Postingan Instagram Xoan.....	59
Gambar 5 10 Profil dan Live Tiktok Xoan (Sumber : Dok.Subjek Penelitian).....	61
Gambar 5 11 Bentuk Komunikasi Influencer Ke Xoan.....	65
Gambar 5 12 Bentuk Komunikasi Ulasan Google Pada Xoan.....	67

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. RajaGrafindo Persada.
- Ardiansyah, R., & Setiawan, B. (2019). Strategi Diferensiasi dalam Bisnis Hiburan Malam. *Jurnal Manajemen Strategik*, 6(2), 35–46.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Hermawan, A. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 45–56.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, R., & Akbar, F. (2021). Strategi Komunikasi Media Sosial di Industri Hiburan. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(2), 67–79.
- Nugroho, A., & Sari, L. (2020). Positioning dan Branding Club Malam di Kota Malang. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 12(2), 53–64.
- Nurhadi. (2019). *Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah*.
- Prasetyo, R. (2021). Peran Influencer Marketing terhadap Preferensi Konsumen Generasi Z. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(1), 44–55.
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84.
<https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. South-Western Cengage Learning.
- Syaputra Ariat. (2021). 5296-12815-1-SM. 8.
- Syasdawita, Z. (2022). DIFFUSION OF INNOVATION APPLICATION COMPLAINT ONLINE COMMUNITY APEKESAH IN BATAM CITY IN 2020 (STUDY IN THE DEPARTMENT OF COMMUNICATION AND INFORMATICS BATAM). *Journal of Governance Innovation*, 4(1), 84–100.
<https://doi.org/10.36636/jogiv.v4i1.686>
- Udayana, A. G. (2020). *SEMINAR NASIONAL ENVISI 2020 : INDUSTRI KREATIF*

DISRUPSI TEKNOLOGI DIGITAL: TUMBUH KEMBANGNYA INDUSTRI KREATIF BERBASIS BUDAYA.

Wahyuni, S. (2017). Komunikasi Visual dalam Promosi Hiburan Malam.

Jurnal Desain Komunikasi Visual, 5(1), 27–34.

Warouw, D. M. D., & Pasoreh, Y. (2015). *PERANAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN PRODUK PT. POKPHAN LUWUK SULAWESI TENGAH. 4.*

Wibowo, S., & Purnamasari, I. (2020). Peran Integrated Marketing Communication dalam Industri Hiburan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 70–82.

Yusuf, M. (2021). Penerapan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Club Hiburan Malam. *Jurnal Pemasaran*, 15(3), 95–110.

Yuliana, D. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing pada Industri Hiburan. *Jurnal e-Komunikasi*, 8(3), 7

Nurhadi. (2019). *Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perspektif Ekonomi Syariah.*

Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84.
<https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>

Syaputra Ariat. (2021). *5296-12815-1-SM. 8.*

Syasdawita, Z. (2022). DIFFUSION OF INNOVATION APPLICATION COMPLAINT ONLINE COMMUNITY APEKESAH IN BATAM CITY IN 2020 (STUDY IN THE DEPARTMENT OF COMMUNICATION AND INFORMATICS BATAM). *Journal of Governance Innovation*, 4(1), 84–100.
<https://doi.org/10.36636/jogiv.v4i1.686>

Udayana, A. G. (2020). *SEMINAR NASIONAL ENVISI 2020 : INDUSTRI KREATIF DISRUPSI TEKNOLOGI DIGITAL: TUMBUH KEMBANGNYA INDUSTRI KREATIF BERBASIS BUDAYA.*

warouw, D. M. D., & Pasoreh, Y. (2015). *PERANAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN PRODUK PT. POKPHAN LUWUK SULAWESI TENGAH. 4.*