



Penulis
DINA LESTARI

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

KOMUNIKASI PEMASARAN ISLAM



Editor
Prof. Dr. Nurul Hak, MA.
Yenti Sumarni, MM.

KOMUNIKASI PEMASARAN ISLAM



BUKU

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH :

DINA LESTARI
NIM. 1911130122

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKUTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
BENGKULU
2026 M/1448 H**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon: (0736) 511276-51171-51172-Faksimidi: (0736) 51171-51172

Website: www.uinblasbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul "Komunikasi Pemasaran Islam"

yang disusun oleh:

Nama : Dina Lestari

NIM : 1911130122

Program Studi : Ekonomi Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Buku

Nama Penerbit : CV Brimedia Global

Tempat Penerbit : Jl. Timur indah ujung No. 38 RT 09

ISBN : 978-634-7336-22-4

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim
Pembimbing Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk
diujikan dalam Sidang Munaqasyah Tugas Akhir pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati
Sukarno Bengkulu.

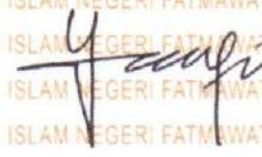
Bengkulu, 8 Juni 2026 M

1447 H

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Prof. Dr. Nurul Hake, M.A.
NIP.196606161995031002


Yenti Sumarni, MM.
NIP.1979041620072012020

Mengetahui
Kajur Ekonomi Islam


Eng Juli Prianto, SE., M.F.
NIP.199307052020121010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon: (0736) 51276-51171-51172 Fax: (0736) 51171-51172

Website: www.uinfatbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul **“Komunikasi Pemasaran Islam”** yang disusun oleh:

Nama : Dina Lestari

NIM : 1911130122

Program Studi : Ekonomi Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Buku

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 18 Juni 2026/04 Muharam 1448 H

Dinyatakan **LULUS** Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai
syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 24 Juni 2026 M

10 Muharam 1448 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Yosy Arisandy, MM.,P.hD

Esti Alfiah, ME

NIP. 19850801214032001

NIP.199307212020122012

Penguji I

Penguji II

Yosy Arisandy, MM.,P.hD

Eeng Juli Efrianto, M.E

NIP. 19850801214032001

NIP. 199305072020121010

**Mengetahui,
Dekan**

Prof. Dr. H. Suwarjin, M.A

NIP. 196904021999031004



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telpon (0736) 51176-51171-51172

Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Tugas akhir dengan judul “Komunikasi Pemasaran Islam” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 8 Juni 2026

Mahasiswa yang menyatakan



Dina Lestari

NIM. 1911130122

MOTTO

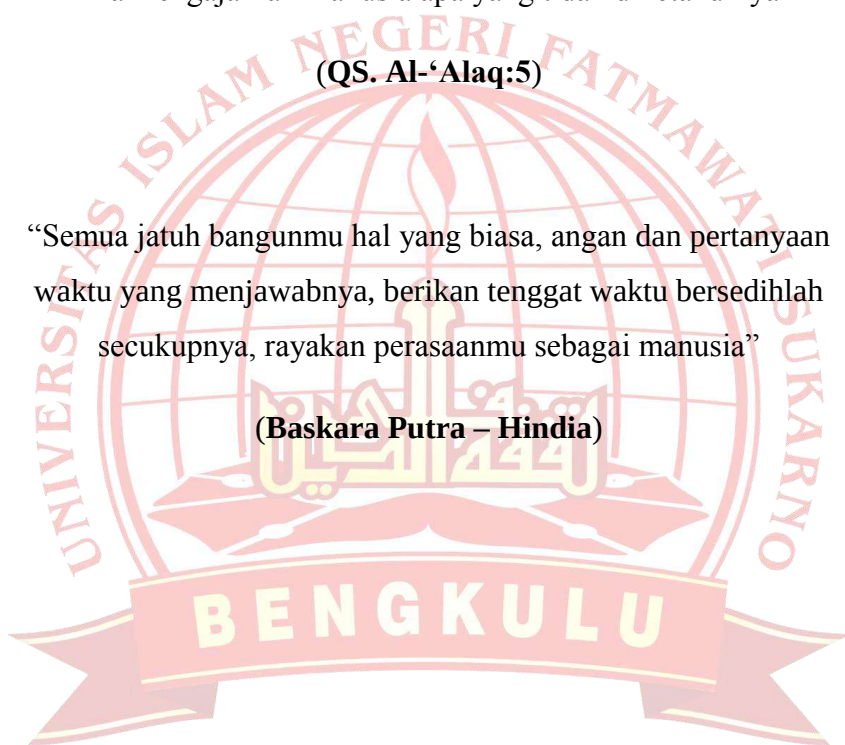
عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

“Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya”

(QS. Al-‘Alaq:5)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia”

(Baskara Putra – Hindia)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh ucapan rasa syukur yang mendalam dan tak terhingga saya curahkan kepada Allah SWT. Tuhan semesta alam yang maha segalanya atas segala kesempatan, keridhoan, dan kenikmatan yang telah diberikan, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Teruntuk kedua orangtua hebatku Ayah (Hardianto) dan Ibu (Cik Nurbaya) tercinta, terimakasih untuk semua doa, cinta dan kasih sayang tulus yang telah kalian berikan kepadaku. Terimakasih untuk semua perjuangan, keringat dan air mata, serta dorongan, dan dukungan yang ayah dan ibu berikan kepadaku, aku mungkin tidak menjadi orang seperti sekarang ini. Terimakasih untuk setiap harapan yang ayah dan ibu berikan. Aku bangga menjadi anak ayah dan ibu. Kupersembahkan karya terbaik dan pertamaku, semoga ini menjadi langkah awal yang baik untuk membuat ayah dan ibu bangga padaku.
2. Untuk diriku (Dina Lestari), terimakasih sudah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini, banyak proses yang sudah dilalui, banyak air mata yang sudah dihapus dengan tangan sendiri, banyak hal yang sudah dijalani, dihadapi, dan diselesaikan sendiri. Sedikit terlambat dan tidak mudah, tapi aku bangga pada setiap langkah kecilku. Selamat merayakan kecemasan-kecemasan di tangga

berikutnya, selamat berpetualang di level kehidupan selanjutnya, selamat berperang dengan pertanyaan “kapan” yang tidak ada ujungnya. Tidak ada yang lebih indah selain menyaksikan proses dan pertumbuhan diri sendiri.

3. Untuk ayuk (Lesita Fitriani), kakak ipar (Epan Juliadi), ketiga keponakan (alm. Muhammad Nur Ikhsan, Inara Zahsy Agelta dan Elzein Xavier Aleita) tercinta, terimakasih telah menguatkan, mengibur dan memberikan keceriaan kepada penulis agar dapat terus kuat menjalani lika-liku perjuangan hingga penulis sampai pada tahap ini.
4. Untuk yang tidak kalah penting dalam perjalanan ini, (Bima Saktiawan) terimakasih sudah banyak berkontribusi baik tenaga, waktu, selalu berusaha ada, selalu memberikan *support*, selalu mau direpotkan, dan meluangkan waktu untuk mendengarkan segala keluhan. Untungnya ku bertemu denganmu disela sempit hidup ini. Terimakasih sudah mau berjuang bersama.
5. Untuk teman dan sahabat yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu terima kasih telah menjadi teman sekaligus sahabat hingga saat ini.
6. Dosen pembimbing Bapak (Prof Dr. Nurul Hak, MA.) dan Ibu (Yenti Sumarni, MM) yang banyak berbagi ilmunya dan penuh kesabaran membimbing saya selama pembuatan tugas akhir ini.

7. Teruntuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tercinta Program Studi Ekonomi Syariah, dan terimakasih untuk bapak ibu dosen atas ilmunya yang sangat bermanfaat.
8. Teruntuk Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.



ABSTRAK

Komunikasi Pemasaran Islam Oleh Dina Lestari,
Nim. 1911130122.

Komunikasi pemasaran merupakan aktivitas penting dalam menyampaikan informasi dan membangun hubungan antara perusahaan dengan konsumen. Dalam perspektif Islam, komunikasi pemasaran tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus berlandaskan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep, ruang lingkup, serta strategi komunikasi pemasaran Islam dalam kegiatan bisnis. Metode yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif melalui kajian berbagai buku, jurnal, dan sumber ilmiah yang relevan. Analisis data dilakukan dengan mengumpulkan, mengkaji, dan menginterpretasikan berbagai sumber yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran Islam menekankan penyampaian informasi yang benar, etis, dan bertanggung jawab. Penerapan prinsip-prinsip tersebut dapat meningkatkan kepercayaan, loyalitas konsumen, serta menciptakan aktivitas bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Islam, Pemasaran Syariah, Strategi Pemasaran, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

Islamic Marketing Communications by Dina Lestari,
Nim. 1911130122.

Marketing communications is a crucial activity in conveying information and building relationships between companies and consumers. From an Islamic perspective, marketing communications are not solely profit-oriented but must also be based on Sharia values such as honesty, trustworthiness, tabligh (Islamic outreach), and fathanah (Islamic observance). This study aims to examine the concept, scope, and strategies of Islamic marketing communications in business activities. The method used is library research with a qualitative descriptive approach through the review of various books, journals, and relevant scientific sources. Data analysis was conducted by collecting, reviewing, and interpreting various sources related to Islamic marketing communications. The results show that Islamic marketing communications emphasize the delivery of accurate, ethical, and responsible information. The application of these principles can increase consumer trust and loyalty, and create business activities that align with Islamic values.

Keywords: *Marketing Communications, Islamic Marketing Communications, Sharia Marketing, Marketing Strategy, Islamic Business Ethics.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena buku ini telah menyelesaikan tugas akhir buku ini. Buku ini disusun agar dapat membantu para pembaca dalam mempelajari tentang “Komunikasi Pemasaran Islam”.

Tim penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah ikut berkontribusi dalam kehadiran buku ini. Baik yang memberikan arahan dan bimbingan, dukungan ataupun yang mendoakan sehingga penulisan buku ini dapat diselesaikan. Tim penulis berharap, semoga buku ini dapat menjadi referensi dan mampu memberikan wawasan pengetahuan bagi mahasiswa yang mengambil jurusan ekonomi syariah dan para pihak yang berminat untuk mengetahui mengenai Komunikasi Pemasaran Islam.

1. Prof. Dr. KH. Khairuddin, M.Ag selaku Rektor UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberi kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus tercinta.
2. Bapak Prof Dr. H. Suwarjin, S.Ag,MA Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Eeng Juli Efrianto, ME Ko. Prodi Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Prof. Dr. Nurul Hak, MA sebagai pembimbing I dan ibu Yenti Sumarni, MM sebagai pembimbing II telah

memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran.

5. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, telah memberikan pelayanan fasilitas dengan baik dalam hal administrasi.
6. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.

Penulis pun menyadari jika didalam penyusunan buku ini mempunyai kekurangan, namun penulis meyakini sepenuhnya bahwa sekecil apapun pengetahuan buku ini tetap akan memberikan sebuah manfaat bagi pembaca.

Akhir kata untuk penyempurnaan buku ini, maka kritik dan saran dari pembaca sangatlah berguna untuk penulis kedepannya.

Bengkulu, 10 Juni 2026 M

24 Dzulhijjah 1447 H

Penulis,

Dina Lestari

NIM. 1911130122

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	4
E. Metode Penulisan	5
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II KOMUNIKASI DAN PEMASARAN	
A. Sejarah Komunikasi Dan Pemasaran.....	10
1. Pra-industri Hingga Awal Abad Ke-20	10
2. Era Media Massa (Awal Pertengahan Abad Ke-20)	11
3. Periode Segmentasi dan Direct Marketing (1960-1980 an)	

.....	13
4. Era Masuknya Komunikasi Pemasaran Di Indonesia ...	14
B. Teori Komunikasi Pemasaran.....	16
1. Teori Hierarchy of Effects.....	17
2. Teori AIDA (Attention Interest Desire Action)	22
3. Integrated Marketing Communication (IMC)	25
4. Teori Diffusion of Innovation	26
C. Tujuan Komunikasi Pemasaran	27
D. Jenis-Jenis Komunikasi	29
E. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	31
BAB III RUANG LINGKUP KOMUNIKASI PEMASARAN	
A. Definisi Komunikasi Pemasaran	35
B. Peran Komunikasi Dalam Strategi Bisnis	38
C. Media dan Saluran Komunikasi	40
D. Perkembangan Komunikasi Pemasaran di Era Digital....	42
BAB IV KONSEP DASAR KOMUNIKASI	
A. Konsep Dasar Komunikasi	48
B. Prinsip Komunikasi	49
1. Prinsip Kejelasan (<i>Clarity</i>)	49
2. Prinsip Konsistensi (<i>Consistency</i>)	50
3. Prinsip Relevansi (<i>Relevance</i>)	50
4. Prinsip Empati (<i>Empathy</i>)	51
C. Proses Komunikasi	51
BAB V KOMUNIKASI PEMASARAN ISLAM	
A. Definisi Komunikasi Pemasaran Islam.....	55

B. Tujuan Komunikasi Pemasaran Islam	56
C. Prinsip-Prinsip Dasar Komunikasi Pemasaran Islam	57
1. Siddiq (Kejujuran)	58
2. Amanah (Dapat Dipercaya)	59
3. Tablig (Menyampaikan)	60
4. Fathonah (Cerdas)	60
D. Peran Komunikasi Pemasaran Dalam Islam	61
BAB VI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN ISLAM	
A. Periklan (<i>Advertising</i>) Islami	65
B. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) Islami	69
C. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>) Islami	72
D. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	73
E. Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>) Islami	75
F. Digital Marketing Syariah	76
BAB VII STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ISLAM	
A. Segmentasi, Targeting, dan Positioning Perspektif Islam	81
B. Branding Islami	85
C. Content Marketing Islami	87
BAB VIII PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hierarchy of Effect

Gambar 1.2 Teori AIDA

Gambar 1.3 Proses komunikasi dalam komunikasi pemasaran



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Validasi RTA
- Lampiran 2 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 3 : Lembar Bimbingan Pembimbing I
- Lampiran 4 : Lembar Bimbingan Pembimbing II
- Lampiran 5 : Daftar Nilai Pembimbing I
- Lampiran 6 : Daftar Nilai Pembimbing II
- Lampiran 7 : Daftar Nilai Komprehensif Universitas
- Lampiran 8 : Daftar Nilai Komprehensif Fakultas
- Lampiran 9 : Daftar Nilai Komprehensif Jurusan/Prodi
- Lampiran 10 : Surat Keterangan Lulus Komprehensif
- Lampiran 11 : Surat Keterangan Lengkap SKPI
- Lampiran 12 : Surat Keterangan Lulus Plagiarisme
- Lampiran 13 : Lembar Turnitin
- Lampiran 14 : Daftar Nilai Ujian Munaqasyah Penguji I
- Lampiran 15 : Daftar Nilai Ujian Munaqasyah Penguji II