

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pernikahan merupakan momen sakral yang dinantikan oleh banyak pasangan. Dalam mewujudkan pernikahan impian, tidak sedikit calon pengantin yang memilih menggunakan jasa *wedding organizer*. *Wedding organizer* berperan penting dalam membantu merancang dan mengelola setiap detail acara pernikahan agar berjalan sesuai harapan. Seiring dengan meningkatnya kesibukan masyarakat modern, permintaan terhadap jasa *wedding organizer* semakin meningkat. Hal ini dikarenakan banyak calon pengantin dan keluarga mereka yang ingin menghindari stres akibat perencanaan pernikahan yang kompleks dan membutuhkan perhatian mendetail.

Menurut Helo (2015), calon pengantin memilih menggunakan jasa *wedding organizer* karena beberapa alasan utama yang dapat memberikan kemudahan dalam perencanaan pernikahan mereka. Pertama, jasa *wedding organizer* dapat membantu mengurangi stres yang sering kali muncul akibat banyaknya hal yang perlu dipersiapkan menjelang hari pernikahan. Dengan bantuan jasa profesional, calon pengantin tidak perlu menghadapi tekanan dalam mengatur berbagai aspek pernikahan. Kedua, *wedding organizer* memungkinkan pasangan untuk mengelola waktu mereka dengan lebih baik, sehingga tetap bisa menjalankan rutinitas sehari-hari tanpa terganggu oleh berbagai urusan teknis pernikahan. Ketiga, penggunaan jasa *wedding organizer* juga membantu pasangan dalam mengontrol biaya agar tetap sesuai dengan anggaran yang telah direncanakan. Para profesional ini dapat memberikan saran dan solusi terbaik untuk mengoptimalkan dana yang tersedia tanpa mengurangi kualitas pernikahan yang diimpikan. Terakhir, *wedding organizer* memiliki keahlian dalam memperhatikan detail-detail penting dalam acara pernikahan, mulai dari dekorasi hingga susunan acara, sehingga semua aspek pernikahan dapat berjalan dengan sempurna sesuai harapan pasangan dan keluarga mereka.

Selain sebagai perencana pernikahan, *wedding organizer* juga berperan dalam memberikan informasi mengenai tren pernikahan terbaru kepada klien mereka.

Berbekal pengalaman dan wawasan yang dimiliki, *wedding organizer* dapat memberikan berbagai rekomendasi yang sesuai dengan selera dan kebutuhan pasangan, baik dari segi konsep, dekorasi, hingga pemilihan vendor yang tepat. Kehadiran *wedding organizer* memungkinkan calon pengantin untuk tidak perlu menangani setiap aspek pernikahan sendiri, sehingga mereka dapat lebih fokus menikmati momen menjelang pernikahan tanpa mengalami tekanan berlebih.

Industri *wedding organizer* semakin berkembang dan kompetitif, sehingga strategi pemasaran menjadi faktor utama dalam menarik perhatian calon pengantin. Kredibilitas, portofolio hasil kerja, serta testimoni dari klien sebelumnya menjadi faktor utama dalam memilih penyedia jasa pernikahan. Oleh karena itu, *wedding organizer* perlu memanfaatkan berbagai saluran pemasaran untuk membangun citra yang kuat, menjangkau audiens yang lebih luas, serta meningkatkan interaksi dengan calon pelanggan.

Salah satu pendekatan yang efektif dalam meningkatkan daya saing *wedding organizer* adalah penerapan komunikasi pemasaran terpadu. Konsep ini menggabungkan berbagai strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan lebih efektif, konsisten, dan mampu menciptakan kesan yang kuat di benak calon pelanggan. Pendekatan ini melibatkan delapan elemen utama, yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*), pemasaran langsung (*direct marketing*), pemasaran interaktif (*interactive marketing*), acara dan pengalaman (*event and experiences*), serta pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Jika setiap elemen ini dimanfaatkan dengan optimal, *wedding organizer* dapat meningkatkan kesadaran merek, membangun kepercayaan pelanggan, serta mendorong keputusan pembelian jasa mereka.

Salah satu *wedding organizer* yang aktif menerapkan strategi komunikasi pemasaran terpadu adalah Yannie Wedding Organizer, yang telah beroperasi sejak tahun 2018 di Cibitung, Kabupaten Bekasi. Yannie Wedding Organizer menawarkan layanan perencanaan pernikahan yang kreatif dan beragam dengan harga kompetitif. Mereka menyediakan berbagai paket pernikahan mulai dari

konsep tradisional hingga modern, mencakup layanan dekorasi, tata rias pengantin, hingga busana yang disesuaikan dengan kebutuhan klien.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, Yannie Wedding Organizer memanfaatkan media sosial, yaitu Instagram dan TikTok, sebagai strategi pemasarannya dengan membagikan konten yang memberikan informasi terkait layanan yang ditawarkan serta acara-acara yang sedang diadakan untuk menarik minat calon pengantin.



Gambar 1. 1 Instagram Yannie Wedding Organizer

Gambar 1. 2 TikTok Yannie Wedding Organizer

Gambar di atas menunjukkan profil media sosial Yannie Wedding Organizer yang aktif di Instagram dan TikTok. Kehadiran yang kuat di kedua platform ini

menunjukkan daya tarik Yannie Wedding Organizer dalam industri pernikahan. Melalui media sosial, Yannie Wedding Organizer dapat menjangkau calon pengantin secara lebih luas dan efektif.

Yannie Wedding Organizer rutin membagikan hasil dekorasi dan makeup di media sosialnya. Unggahan mereka menampilkan berbagai konsep dekorasi pernikahan dan hasil riasan pengantin yang telah mereka tangani.



Gambar 1. 3 Berbagai Unggahan Yannie Wedding Organizer

Setiap unggahan dirancang dengan baik untuk menunjukkan kualitas layanan yang mereka tawarkan. Foto dan video yang dipublikasikan memiliki tampilan yang rapi dan jelas, membantu calon pengantin mendapatkan gambaran tentang konsep pernikahan yang tersedia. Selain itu, konten yang dibagikan selalu mengikuti tren pernikahan terbaru, menunjukkan bahwa Yannie Wedding Organizer terus memperbarui dan menyesuaikan layanan mereka dengan perkembangan industri.

Keaktifan dalam berinteraksi dengan audiens juga menjadi salah satu aspek yang terlihat jelas. Meskipun fokus utama unggahan adalah menampilkan hasil dekorasi dan makeup, respons yang cepat dan ramah terhadap pertanyaan atau komentar dari calon pelanggan menciptakan kesan profesional dan peduli terhadap kebutuhan konsumen. Dengan adanya interaksi ini, calon pengantin merasa lebih mudah dalam mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Selain memperkuat kehadiran digital, Yannie Wedding Organizer juga membuktikan kualitas layanannya melalui setiap acara yang mereka selenggarakan. Dengan persiapan yang matang sejak awal, tim Yannie Wedding Organizer memastikan bahwa setiap detail, mulai dari dekorasi, susunan acara, hingga koordinasi dengan vendor, telah dirancang dengan cermat agar acara dapat berjalan dengan lancar dan sesuai harapan pasangan pengantin.

Dekorasi yang disiapkan sepenuhnya disesuaikan dengan preferensi pengantin. Mulai dari pemilihan warna hingga tata letak setiap elemen, semuanya dirancang untuk mencerminkan konsep yang telah direncanakan sebelumnya. Selama acara berlangsung, tim Yannie Wedding Organizer selalu bersiaga untuk memastikan setiap rangkaian acara berjalan sesuai rencana. Kesiapan dalam menghadapi kebutuhan mendadak atau perubahan yang mungkin terjadi menjadi salah satu prioritas utama. Jika terdapat kendala, tim Yannie Wedding Organizer segera mengambil tindakan cepat dan tepat tanpa mengganggu jalannya acara.

Kecepatan dan ketanggapan dalam menangani permasalahan menjadi faktor utama yang memastikan kelancaran setiap acara. Dengan persiapan yang matang, dekorasi yang sesuai dengan keinginan pengantin, serta respons yang sigap dalam menyelesaikan kendala, Yannie Wedding Organizer mampu menghadirkan pernikahan yang berjalan lancar dan memberikan pengalaman berkesan bagi seluruh pihak yang hadir.

Yannie Wedding Organizer dalam satu minggu biasanya memberikan layanan di berbagai lokasi, berkisar antara 4 hingga 7 tempat, di mana setiap tempat memiliki kebutuhan dan kepentingan yang berbeda-beda. Layanan yang diberikan mencakup berbagai aspek pernikahan, seperti penyediaan jasa wedding organizer secara menyeluruh, layanan tata rias pengantin dan keluarga, dekorasi pernikahan yang disesuaikan dengan tema yang diinginkan oleh pengantin, serta berbagai aspek lainnya yang menunjang kelancaran dan keindahan acara. Secara keseluruhan, dalam satu minggu, Yannie Wedding Organizer dapat menangani hingga 14 tempat dengan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan para konsumennya.

Konsistensi permintaan layanan ini menunjukkan bahwa Yannie Wedding Organizer memiliki posisi yang kuat di industri pernikahan. Kepercayaan

pelanggan yang terus meningkat dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran serta pengembangan layanan di masa mendatang. Dengan terus meningkatkan kualitas layanan dan memperluas jangkauan, Yannie Wedding Organizer dapat semakin memperkokoh reputasinya serta memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Di tengah upaya memperkuat posisinya, Yannie Wedding Organizer menghadapi persaingan dengan wedding organizer lain di Bekasi, seperti D'One Wedding Planner, Asih Wedding, Allessia Wedding, Puspita Sawargi, Primera Wedding, dan Aulia Wedding Organizer. Setiap penyedia layanan ini memiliki keunggulan masing-masing, baik dalam paket pernikahan, dekorasi, tata rias, maupun kerja sama dengan vendor untuk menarik calon pengantin.

Seiring dengan berkembangnya tren pernikahan dan meningkatnya permintaan akan layanan wedding organizer profesional, persaingan dalam industri ini semakin dinamis. Para pelaku usaha berlomba-lomba menarik perhatian calon pengantin melalui berbagai strategi, seperti promo, paket eksklusif, serta kerja sama dengan media dan influencer untuk meningkatkan eksposur merek.

Menghadapi persaingan ini, Yannie Wedding Organizer terus berinovasi dengan strategi pemasaran yang efektif. Partisipasi dalam pameran pernikahan, kerja sama dengan Brand Ambassador, serta promo menarik seperti diskon, program cicilan, dan kelas makeup menjadi langkah strategis dalam menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, kolaborasi dengan media televisi seperti TransTV juga digunakan untuk meningkatkan visibilitas merek di pasar yang lebih luas.

Namun, meskipun berbagai strategi telah diterapkan, efektivitas komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan Yannie Wedding Organizer masih perlu dianalisis lebih lanjut. Persaingan yang ketat serta perubahan preferensi konsumen menjadi tantangan tersendiri dalam mempertahankan daya tarik dan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Yannie Wedding Organizer mengimplementasikan komunikasi pemasaran terpadu, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, serta menilai peluang dalam menarik minat konsumen. Dengan demikian, judul penelitian ini adalah "Penerapan Komunikasi Pemasaran Terpadu Yannie Wedding Organizer dalam Menarik Minat Konsumen."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka ditetapkan rumusan masalah yaitu ”bagaimana penerapan komunikasi pemasaran terpadu Yannie Wedding Organizer dalam menarik minat konsumen?”

1.3 Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis penerapan komunikasi pemasaran terpadu Yannie Wedding Organizer dalam menarik minat konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pemahaman tentang penerapan komunikasi pemasaran terpadu dalam konteks bisnis *wedding organizer*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian lebih lanjut terkait strategi komunikasi pemasaran yang efektif dalam industri jasa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi bagi Yannie Wedding Organizer terkait penerapan komunikasi pemasaran terpadu untuk menarik minat konsumen sehingga dapat lebih optimal dalam menyusun strategi pemasaran yang sesuai.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun berdasarkan struktur penulisan yang telah ditetapkan secara sistematis dan diharapkan dapat memberikan gambaran secara umum terkait penyusunan skripsi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memuat kajian pustaka yang berisi penelitian terdahulu yang relevan, kerangka teori, kerangka konsep, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan paradigma penelitian, pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data, penentuan jadwal serta lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum perusahaan, hasil analisis data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, serta pembahasan terkait temuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya, yang menjawab rumusan masalah serta tujuan penelitian, serta saran yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

