

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern seperti pada zaman sekarang ini, manusia bisa melakukan berbagai kegiatan yang sifatnya berada di dalam rumah atau di luar rumah maupun dalam kantor tanpa harus terjun langsung dengan kendaraan lain dan berpanas-panasan di jalan. Manusia dapat melakukan banyak hal seperti bersosialisasi, bertegur sapa dengan teman jauh maupun dekat, membaca buku, memperoleh berbagai informasi itu semua dengan adanya teknologi Digital seperti zaman ini, bahkan belanja melalui internet. Perkembangan teknologi telah mengubah bagaimana pemasaran dilakukan dari satu orang ke satu layar. Ini telah menghasilkan lebih banyak orang di Indonesia yang menggunakan internet dan media sosial, yang berdampak pada minat mereka dalam berbelanja secara online.¹

Pada era yang berkembang saat ini, tidak hanya tren dan gaya hidup saja yang berubah namun sekarang muncul adanya tren pernikahan masa kini. Saat ini, pernikahan adalah tentang persiapan sedini mungkin, sehingga banyak lahir layanan untuk kurator acara pernikahan. Namun jasa pernikahan yang ada saat ini hanya berdiri sendiri tanpa pengelolaan dan pelayanan yang baik, sehingga calon pengantin harus mengandalkan

¹ https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/14756-Full_Text.pdf

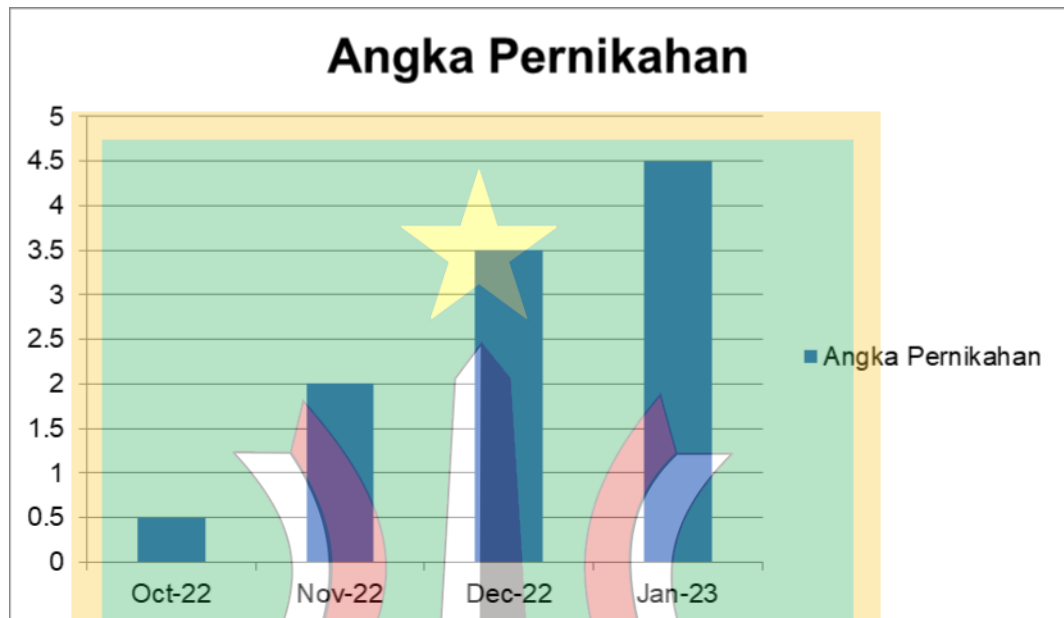
dua atau lebih jasa, jasa, dan tempat pernikahan. Perkawinan tidak hanya bertujuan untuk mempersatukan perbedaan tetapi juga untuk membentuk keluarga yang berbudaya, religius, mulia dan selalu mencerminkan sifat dan kepribadian yang asli. Dua insan yang dipersatukan oleh ikatan pernikahan, pernikahan juga menjadi ajang untuk menyatukan kembali seluruh anggota keluarga, sahabat, dan mantan rekan kerja.

Dengan berkembangnya gaya hidup dan konsep pernikahan, banyak calon pengantin yang menginginkan konsep pernikahan yang agak berbeda dengan konsepsi pernikahan lainnya. Mulai dari tempat *prewedding*, *wedding service*, tempat pemberkatan, tempat pernikahan hingga berbulan madu semuanya ingin tampil beda dari yang lain. Mengingat permintaan yang ada di tempat pernikahan masih belum mencukupi, maka dibutuhkan waktu yang lama untuk mencapainya. Menyadari hal tersebut, lahirlah ide untuk memperkenalkan sebuah venue yang mampu melayani acara pernikahan dengan fasilitas yang sinkron dan fokus pada skala layanan, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mencapai kebutuhan yang diinginkan di venue tersebut.²

Meski telah terbebas dari Pandemi Covid-19 seutuhnya, namun keinginan calon klien pernikahan semakin meningkat setiap bulannya dan itu juga mempengaruhi cepatnya peningkatan bisnis di dunia wedding.

² <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/daseng/article/view/17084/pdf>

Bahkan konsep-konsep pernikahan mulai kembali seperti semula dan permintaan sudah naik 50 persen bila dibandingkan tahun lalu.



Gambar 1. 1 Angka Pernikahan

Seperti yang dikatakan *Director of The Marriage Story* Reni Mait bahwa saat ini kembali ramainya permintaan untuk wedding planner dengan harga yang sangat tinggi dari setiap vendornya. Mengingat bisnis ini sudah berjalan kurang lebih 10 tahun. "Ada transisi tradisi baru pasca covid-19 berat kemarin, sekarang pemesanan acara pernikahan menjadi serba dadakan seperti yang biasanya untuk 6 bulan sampai 1 tahun, sekarang menjadi untuk acara 2-3 bulan. Para klien-klien merasa kondisi sudah aman dan tidak ada gelombang pandemi yang berat lagi," ujarnya.³

³ <https://www.sonora.id/read/423481091/tahun-ini-bisnis-wedding-meningkat-50-persen-di-bandingkan-tahun-lalu>

Manor, kosakata bahasa Inggris yang berarti rumah bangsawan. Terinspirasi dari kisah pemilik terdahulunya, seorang Tuan Tanah yang dermawan, kaya, dan ramah layaknya bangsawan. Karakteristik ini, melekat dalam arsitektur bangunan yang telah ada dengan gaya eksterior klasik *modern* yang eksklusif megah, dan mewah namun tetap dalam balutan sederhana yang ramah.⁴

The Manor Andara adalah sebuah *wedding venue* yang berlokasi di jl. Ibnu Armah No.8 RT001/04 Pangkalanjati Baru Cinere Depok 16513 yang berdiri pada 03 Maret 2019 Dengan konsep 50% *indoor* dan 50% *outdoor*. The Manor Andara dapat juga digunakan untuk bermacam-macam event seperti ulang tahun, aqiqah, syukuran, *gathering* kantor. The Manor Andara juga memiliki konsep pernikahan yang tergolong unik yaitu “*intimate wedding*” yang mana *intimate wedding* ini adalah sebuah pernikahan yang dihadiri oleh orang-orang terdekat dari mempelai saja atau biasa disebut dengan keluarga besar dari kedua mempelai.

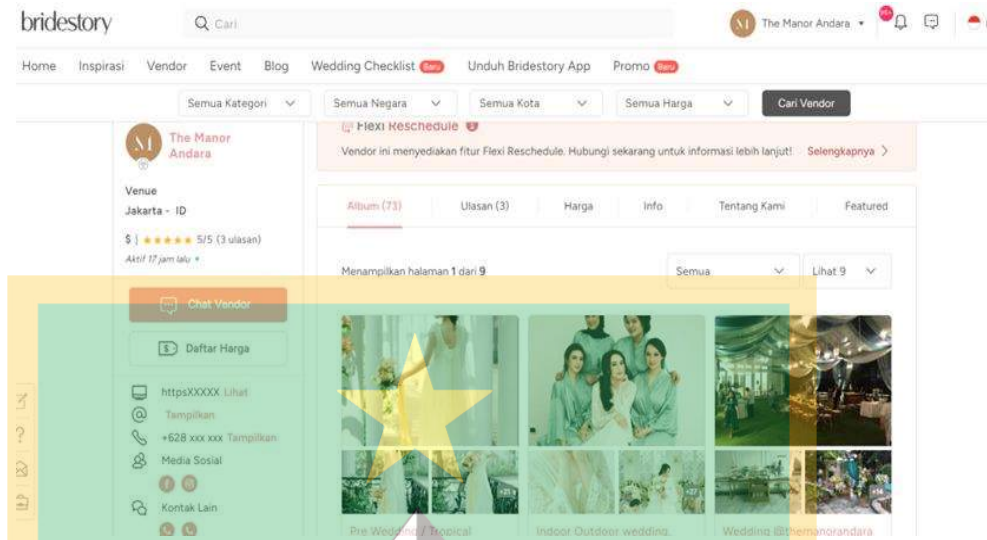
The Manor Andara menyediakan 4 jenis *package* yang berbeda beda dengan penempatan area yang disesuaikan pada jumlah pax (person) yang akan di ambil oleh calon *client*, seperti *package venue + catering dengan kapasitas 100 pax* sampai *package venue + catering 400 / 500 pax (person)* dengan kisaran harga dari Rp. 100.000.000,- (Seratus Juta Rupiah) sampai Rp. 280.000.000,- (Dua Ratus Delapan Puluh Juta

⁴ www.themanorandara.com

Rupiah) untuk venue + catering serta *package Venue Only (ALL AREA)* dengan harga Rp. 130.000.000,- (Seratus Tiga Puluh Juta Rupiah).



Gambar 1. 2 Area-Area The Manor Andara



Gambar 1. 3 Laman Website Bridestory

The Manor Andara terkenal dengan konsep *indoor* dan *outdoornya* yang seperti seperti mengadakan acara di rumah sendiri (*Feels Like Home*), tidak sedikit dari calon-calon client yang melontarkan pujian-pujian untuk The Manor Andara setelah mereka mendatangi untuk melihat secara langsung seperti apa sih The Manor Andara itu dan juga membanding-bandingkan The Manor Andara dengan kompetitor-kompetitor lainnya seperti Roemah Kajoe , Plataran Cilandak , The Tribrata yang notabennya mereka juga memiliki konsep *indoor* dan *outdoor* yang sama seperti The Manor Andara tentunya dengan kisaran harga dan penjualan *package* yang berbeda.

The Manor Andara juga melakukan promosi melalui *bridestory* yang merupakan suatu *website* atau *online platform* pernikahan yang lengkap dan penuh inspirasi untuk pemilihan vendor-vendor, dan

marketplace ini membantu menghubungkan para calon pengantin dengan vendor dan profesional pernikahan, dengan tujuan mewujudkan pernikahan impian setiap calon pengantin dan membantu *wedding vendor* terhubung dengan calon pengantin. PT Cerita Bahagia merupakan perusahaan yang didirikan oleh Kevin Mintaraga dan Etienne Emile pada tahun 2014. Produk asli dari perusahaan ini adalah Bridestory.com. Bridestory adalah platform online yang aktif untuk penyedia layanan pernikahan. Platform cerita pengantin membantu untuk terhubung

Pemasok pernikahan dengan calon pengantin untuk mewujudkan pernikahan. *Bridestory* adalah suatu *platform marketplace* terbesar di Indonesia yang menghubungkan antara calon client dengan vendor-vendor pernikahan seperti salah satunya adalah The Manor Andara sebagai vendor *venue*.⁵

Namun tidak menutup kemungkinan adanya fenomena ketidakcocokan atau calon-calon client yang belum pernah melakukan kunjungan ke The Manor Andara dengan beranggapan bahwa The Manor Andara memiliki harga yang cukup mahal bagi mereka dan juga memiliki lokasi yang jauh, itu terbukti dengan adanya percakapan dari beberapa calon client di salah satu platform yang mempromosikan kami yaitu *bridestory*.

⁵ <https://www.bridestory.com/id/about-us>

Sehingga dengan adanya promosi melalui *bridestory* dapat membantu menjelaskan mengenai The Manor Andara kepada calon klien dan juga dapat berguna untuk menjadi salah satu cara mempromosikan suatu barang ataupun jasa. hal tersebut diimplementasikan oleh The Manor Andara dengan bekerja sama dengan *bridestory* untuk mempromosikan *venue wedding royal garden*.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Komunikasi Pemasaran The Manor Andara Melalui Pemanfaatan *Digital Marketing* Dalam Mempromosikan *Venue Wedding Royal Garden* Menggunakan www.bridestory.com?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk “mengetahui Komunikasi Pemasaran The Manor Andara Melalui Pemanfaatan *Digital Marketing* Dalam Mempromosikan *Venue Wedding Royal Garden* Menggunakan www.bridestory.com”

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Sebuah referensi bagi peneliti yang sebanding untuk digunakan dalam melakukan penelitian yang lebih menyeluruh dalam penelitian ini.

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan untuk penelitian ilmiah di masa mendatang, khususnya di bidang komunikasi pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi masyarakat agar memahami manfaat dari komunikasi pemasaran serta meningkatkan pengetahuan serta wawasan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah dan menyederhanakan lebih jelas penelitian skripsi ini maka dari itu penulis membuat sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN :

Dalam bab ini terdiri dari beberapa bagian sub-bab yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA :

Dalam bab ini terdiri dari penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam penyusunan penelitian, landasan teori *New Media* yang digunakan untuk penelitian ini, kemudian terdapat gambaran penelitian dari kerangka pemikiran dan adanya hasil penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN:

Dalam bab ini terdiri dari metodologi penelitian yang berisikan pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji validitas serta reliabilitas.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN:

Bab IV ini berisi tentang uraian yang membahas data-data dan temuan yang sudah dikumpulkan oleh penulis selama dilakukannya penelitian tersebut. Memaparkan seputar gambaran umum dari The Manor Andara meliputi dasar pembentukan, visi dan misi, serta struktur organisasi. Memaparkan hasil penelitian berupa temuan data-data yang sudah didapat oleh penulis selama melakukan penelitian. Dan juga memaparkan pembahasan yang berupa hasil analisis penulis dari temuan-temuan yang sudah didapatkan.

BAB V KESIMPULAN & SARAN:

Bab V ini menjelaskan tentang hasil analisis penelitian penulis, dan mengaitkan dengan data hasil temuan serta gambaran umum perusahaan dengan teori yang digunakan oleh penulis. Memaparkan kesimpulan penulis dari keseluruhan hasil penelitian. Dan memberikan saran penelitian yang ditujukan untuk The Manor Andara terkait hal-hal yang perlu dievaluasi guna memaksimalkan komunikasi pemasaran melalui pemanfaatan *digital marketing* dalam mempromosikan *venue wedding royal garden* menggunakan www.bridestory.com