

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi

Komunikasi pemasaran adalah segala kegiatan yang mencakup seperti pembujukan, penjualan, promosi, publikasi dan merupakan suatu konsep yang menyangkut sikap mental, cara berpikir untuk melakukan sesuatu yang tidak hanya menjual benda namun juga menjual gagasan-gagasan, karir, tempat, kepada konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan jasa yang dijual. Komunikasi langsung adalah komunikasi yang disampaikan tanpa menggunakan mediator/perantara dengan cara berhadapan langsung antara penjual dan pembeli. Sedangkan komunikasi tidak langsung kebalikan dari komunikasi langsung dimana ada media yang memfasilitasi seperti telfon, email, surat dan lain sebagainya. Dengan adanya komunikasi langsung dan tidak langsung dan ditambah dengan perkembangan teknologi membuat pasar semakin mudah untuk mengakses segala kebutuhan yang mereka inginkan. Mereka dapat mencari kebutuhan mereka dengan menggunakan komunikasi tidak langsung seperti berselancar di internet, chatt, belanja menggunakan aplikasi, dan lain sebagainya. Melihat kondisi seperti ini membuat para produsen harus mengikuti perkembangan salah satunya cara mereka dalam memasarkan produk atau jasanya agar mudah diakses oleh konsumennya dan informasi produk atau jasanya sampai kepada konsumen mereka. Karena komunikasi pemasaran adalah salah satu aspek penting dalam kegiatan memberikan informasi, maka Nelly Tenda Wedding mencoba memanfaatkan hal tersebut untuk memaksimalkan informasi yang diberikan kepada konsumennya. Nelly Tenda Wedding menggunakan komunikasi pemasaran untuk memberikan informasi diskon, promo, membujuk konsumen agar menggunakan jasa, juga untuk mengingatkan konsumen kepada perusahaan agar jika dikemudian hari ada keperluan dalam acara pesta maka konsumen akan mengingat Nelly Tenda Wedding.

Dalam membuat dan menjalankan komunikasi pemasaran pemilik dari Nelly Tenda Wedding memiliki strategi yang telah dipelajari berdasarkan pengalamannya selama 13 tahun menjalankan perusahaan. Tentu bukanlah hal mudah untuk mempertahankan suatu perusahaan selama 13 tahun, suka dan duka sudah dialami sang pemilik Nelly Tenda Wedding. Dengan berbekal mengurus perusahaan selama 13 tahun maka sudah cukup banyak pengalaman-pengalaman yang didapat oleh sang pemilik, mulai dari cara mengurus perusahaan, cara melayani dan memahami konsumen, cara merawat alat, cara mendidik sumber daya manusia, bahkan sampai ke teknis dalam pra, pro, dan pasca produksi. Nelly Tenda Wedding adalah salah satu perusahaan jasa yang bergerak dibidang dekorasi dan persewaan alat pesta yang berlokasi didaerah Kemang Bogor. Nelly Tenda Wedding termasuk 3 besar *wedding organizer* yang berada di Bogor (google, diakses pada 13 Januari 2018 dengan *keywords* Tenda Bogor, Tenda murah bogor, Dekorasi Bogor,). Nelly Tenda Wedding berlokasi di daerah Kemang Bogor tepatnya di Jl. Raya Kemang no. 528 Parung – Bogor dengan kantor yang memiliki luas bangunan sebesar 3000 m². Nelly Tenda Wedding memulai usaha dibidang jasa *wedding organizer* sejak 2004 akhir, dimulai dengan memiliki luas tenda sebesar 50 m², 3 orang karyawan, 1 mobil *pick up* sewaan. Kemudian berkembang hingga saat ini 2018 (13tahun) Nelly Tenda Wedding tetap berdiri dan konsisten didalam bidang jasa *wedding organizer* dan saat ini sudah memiliki luas tenda sebesar 3000 m², 30 orang karyawan, dan 7 mobil. Dibalik perusahaan yang sudah berdiri selama 13 tahun ada sebuah kisah inspiratif yang dapat peneliti ambil. Yaitu pemilik perusahaan yang hanya memiliki latar belakang pendidikan akhir dijenjang SMA berasal dari anak seorang petani kebun the, namun mampu berjuang mendirikan perusahaan dan dapat mempertahankannya selama 13 tahun lamanya. Tentu bukan hal yang mudah bagi seseorang lulusan SMA dengan berbekal ilmu yang tidak cukup rasanya untuk bisa mendirikan sebuah perusahaan namun dengan kemauan, tekad, dan kerja keras serta doa maka semuanya bisa terwujud. Cerita ini menjadi sebuah pemantik semangat bagi kita semua agar tidak pernah putus ada dengan apapun keadaan kita dan juga jangan pernah memandang orang sebelah mata saja.

Ada pepatah yang mengatakan bahwa yang sulit itu bukanlah membangun tetapi mempertahankan. Karena untuk membangun sebuah usaha memang cukup mudah hanya bermodalkan uang saja kita sudah bisa membangun usaha. Namun ketika mempertahankan tidak cukup hanya bermodalkan uang, jika memiliki uang sebanyak-banyaknya tapi tidak bisa mempertahankan maka akan habis dengan begitu saja. Nelly Tenda Wedding memulai karir didaerah parung dengan konsumen yang berada pada daerah perkampungan, kemudian mereka terus berinovasi beranjak besar berani untuk modal lebih besar lagi, menyusun strategi agar perusahaan semakin besar dan hingga pada saat ini sudah merambah ke perkotaan bahkan Nelly Tenda Wedding dipercaya sebagai vendor jasa untuk acara-acara dipemerintahan kota Bogor. Bahkan ada yang meminta jasa mereka untuk dipakai ke daerah luar jawa. Yang membedakan Nelly Tenda Wedding dengan para pesaingnya adalah, mereka bukan sekedar menyediakan jasa saja tapi mereka melakukan produksi untuk peralatan yang digunakan diurus langsung oleh Nelly Tenda Wedding, mulai dari pengelolaan SDM, pembuatan pelaminan, pembuatan kerangka besi tenda, perawatan alat, hingga penanaman tanaman untuk kebutuhan dekorasi. Hal ini dilakukan agar semua komponen berjalan dengan baik dan aman, sehingga kualitas dan nama baik dari Nelly Tenda Wedding tetap terjaga. Banyak *wedding organizer* yang hanya menjadi perantara saja atau menyediakan jasa saja kemudian mereka mencari kembali vendor-vendor yang dibutuhkan atau biasa disebut dengan bermodalkan dengkul saja. Namun kualitas dari vendor-vendor ini yang harus dipertanyakan apakah dapat dipertanggung jawabkan, apakah aman untuk digunakan dalam acara-acara tersebut. Karena akan berbeda ketika semua peralatan dimiliki langsung oleh sang pemilik dibanding dengan menyewa kembali kepada vendor. Semua komponen alat akan diperhatikan sedemikian rupa jika alat tersebut dimiliki langsung oleh pemilik. Bahkan ada hal yang unik dimana banyak yang menyebutkan jika para pegawai yang bekerja di Nelly Tenda Wedding itu adalah para pegawai yang mampu bekerja dengan kerja keras. Sehingga tidak sedikit pegawai Nelly Tenda Wedding yang diiming-imingi untuk bekerja ditempat para pesaing dengan gaji yang lebih tinggi.

Untuk melangsungkan pernikahan banyak sekali yang harus diurus mulai dari dokumen-dokumen di Kantor Urusan Agama, mas kawin, dekorasi, rias pengantin, baju pengantin, *catering*, undangan, *souvenir*, dokumentasi dan lain-lain. Hal ini membuat calon pengantin akan kewalahan jika mengurusnya sendiri. Tradisi dalam melangsungkan suatu pernikahan sangat beragam. Salah satu contohnya pernikahan yang menggunakan tradisi Jawa dengan Sumatra akan berbeda, sesuai dengan adat istiadat wilayah tersebut, tradisi tersebut sampai saat ini masih dilakukan secara turun-temurun walaupun dalam resepsi pernikahan tersebut sudah mengalami modernisasi. Dengan banyaknya persiapan yang harus dilakukan dalam menyelenggarakan pernikahan maka ini dijadikan sebuah peluang usaha yang bernama *wedding organaizer*.

Industri jasa pernikahan atau yang lebih sering disebut dengan *wedding organizer* terus berkembang setiap tahunnya. Perkembangan ini tidak lepas dari globalisasi dan digitalisasi yang terus terjadi. Apalagi di era *milenials* saat ini semua bidang sudah mulai bergerak mengikuti zaman. Dengan berkembangnya zaman membuat kegiatan setiap orang menjadi serba cepat dan efektif. *Wedding organizer* mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam menyelenggarakan resepsi pernikahan baik secara tradisional maupun modern tergantung dari permintaan pengguna layanan jasa *wedding organizer*, oleh sebab itu maka *wedding organizer* wajib mengetahui semua tradisi pernikahan dari seluruh wilayah di Indonesia. Tradisi dalam acara pernikahan sering diselingi dengan upacara adat khas daerah masing-masing dari para pasangan calon pengantin. Misalnya seperti Lengser dari budaya Sunda, Malam Midodareni dari Jawa, Palang Pintu dari Betawi, Siraman dari Jawa, Sawer Pengantin dari Jawa, Panggih dari Jawa, dan masih banyak lainnya. Selain itu yang tidak kalah menarik dalam melangsungkan pernikahan terdapat sebuah budaya yang mempercayai adanya hari baik. Hari baik ini terdiri dari hari, tanggal, bulan, dan tahun. Hari baik ini bagi masyarakat pedesaan atau masyarakat pinggiran berkaitan dengan suggesti seperti, akan membawa sebuah keberkahan didalamnya, akan langgeng pernikahannya, dan lain-lain. Namun bagi masyarakat yang tinggal dipertkotaan hari baik mereka cenderung melihat aktivitas kesehariannya, biasanya hari baik itu

jatuh di hari sabtu atau minggu. Hari baik ini pembuktiannya ada yang membutuhkan waktu cukup panjang dan ada juga yang bisa dibuktikan langsung pada hari itu. Pembuktian untuk hari baik yang membutuhkan waktu meliputi keberkahan, kelanggengan dan lain-lain. Yang dapat dibuktikan langsung meliputi cuaca, kelancaran acara dan lain-lain. Tradisi perhitungan hari baik diantaranya disebut sebagai bulan Raya Agung dan bulan Syafar, dimana bulan Raya Agung ini adalah bulan yang paling ramai untuk melakukan pernikahan. Bulan Raya Agung ini tradisi masyarakat Jawa. Masyarakat Jawa ini kebanyakan berprofesi sebagai petani dan dibulan Raya Agung bertepatan dengan masa panen. Berbeda dengan bulan Syafar, bulan ini dihindari untuk melakukan pernikahan dengan alasan bulan Syafar ini adalah bulan kedua setelah bulan Muharam dan Syafar memiliki arti kosong. Dengan adanya tradisi perhitungan hari baik tersebut membuat para calon pengantin memiliki tanggal yang sama dan membuat *wedding organizer* hanya memiliki konsumen pada tanggal-tanggal tertentu. Hal ini sangat mengganggu perputaran atau kesehatan keuangan bagi *wedding organizer*. Jika melihat kebiasaan dari para calon pasangan pengantin dimana para pasangan calon pengantin ini datang ke tempat *wedding organaizer* untuk bertanya-tanya dan melihat portofolio dari *wedding organizer* lalu beberapa hari, bahkan beberapa bulan para calon pengantin ini datang kembali untuk memastikan akan menggunakan jasa *wedding organizer*. Perkembangan jasa *wedding organizer* mulai masuk ke Indonesia pada tahun 1990-an dan semakin populer pada tahun 1998-an paska era krisis dimana banyak orang kehilangan pekerjaan dan mulai memanfaatkan peluang dengan memulai usaha *event organizer* lalu semakin berkembang dan terspesifikasi menjadi *wedding organizer*. Dahulu ketika akan melangsungkan pernikahan pasti akan ada budaya gotong Rong untuk melakukan persiapan pernikahan. Budaya gotong Rong ini biasanya terdiri dari sanak saudara, tetangga didekat tempat tinggal, ataupun teman sejawat. Namun dengan berkembangnya zaman, budaya gotong Rong dalam melakukan persiapan pernikahan mulai berkurang atau tergantikan oleh *wedding organizer*. Di era *milenials* seperti sekarang menggunakan jasa *wedding*

organizer telah menjadi *trend* dan *life stlye* atau gaya hidup bagi para pasangan calon pengantin.

Dari latar belakang tersebut lah peneliti tertarik untuk memilih Nelly Tenda Wedding sebagai objek penelitian dengan judul penelitian skripsi, “**Komunikasi Pemasaran Nelly Tenda Wedding Dalam Meningkatkan Pengguna Jasa *Wedding Organizer***”, khususnya tentang bagaimana strategi Nelly Tenda Wedding dalam meningkatkan pengguna jasa *wedding organizer*

1.2 Fokus Penelitian

Fokus pada penenilitan ini adalah untuk melihat makna komunikasi pemasaran bagi Nelly Tenda Wedding seperti apa, dan bagaimana Nelly Tenda Wedding menggunakan komunikasi pemasaran mereka untuk meningkatkan jumlah pengguna jasa mereka.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah makna strategi komunikasi pemasaran bagi Nelly Tenda Wedding dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa *wedding organizer*?
2. Bagaimana Nelly Tenda Wedding menerapkan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa *wedding organizer*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Nelly Tenda Wedding dalam meningkatkan pengguna jasa layanan *wedding organizer*.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Akademis

Secara akademis, manfaat penelitian ini untuk menambah wawasan keilmuan terkait dengan strategi komunikasi pemasaran dan ilmu periklanan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran kepada *wedding organizer* terkait strategi apa yang bisa dipakai untuk meningkatkan pengguna jasa *wedding organizer*.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi, peneliti membuat kerangka sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam Bab ini, berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI

Didalam Bab ini meliputi uraian berbagai teori-teori dan pengertian-pengertian yang menjadi dasar untuk menguraikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Didalam Bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian, teknik pengumpulan data, penetapan *Informan*, *Informan*, analisis data, keabsahan data, serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.