

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha di bidang layanan pernikahan saat ini banyak diminati oleh para pengusaha. Selain karena semakin banyak pasangan yang ingin menikah dan mempunyai konsep pernikahan impian, penghasilan dari industri pernikahan ini cukup besar. Pada pelayanan jasa seperti *wedding organizer* yang telah membantu calon pengantin dari pra-acara hingga pasca acara pernikahan pastinya memiliki penghasilan yang lebih besar daripada layanan jasa pernikahan lainnya. Dari banyaknya usaha pada industri pernikahan khususnya *wedding organizer*, Djanur Manten merupakan salah satu pilihan layanan jasa pernikahan yang telah berdiri di Semarang sejak tahun 2016, dalam membantu calon pengantin yang ingin melangsungkan acara pernikahan dengan pelayanan yang profesional.

Djanur Manten merupakan usaha milik Sapto Gunawan yang memiliki target pasar calon pengantin mulai usia 19 tahun, hal ini sesuai dengan ketentuan usia nikah berdasarkan UU No. 16 Tahun 2019 tentang Perubahan atas UU No. 1 Tahun 1974 tentang Pernikahan. Berbekal dari pengalaman dari dimiliki oleh pemilik Djanur Manten yang mulanya Sapto bekerja sebagai *driver* salah satu *wedding organizer* senior hingga suatu ketika direkrut menjadi salah kru pada *wedding organizer* senior tersebut menjadikan pekerjaan itu sebagai pengalaman dan motivasi untuk membentuk *wedding organizer* sendiri. Djanur Manten memiliki kantor resmi di **Jalan Teuku Umar No. 44, Karangrejo, Kec. Gajahmungkur, Kota Semarang, Jawa Tengah** merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki Djanur Manten, oleh karena itu dengan memiliki kantor diharapkan dapat menambah kepercayaan *customer* yang akan menggunakan layanan jasa *wedding organizer* Djanur Manten.

Selain memiliki kantor resmi, Djanur Manten juga tergabung di beberapa komunitas usaha di bidang layanan pernikahan, seperti HASTANA (Himpunan Penata Acara Pernikahan), SWC (Semarang *Wedding Community*) dan IPATIS (Ikatan Pendukung Acara Pernikahan Semarang). Menurut Sapto Gunawan sebagai

pemilik dari Djanur Manten yang diwawancarai oleh penulis pada 23 Juli 2024 mengatakan bahwa, dengan memiliki kantor resmi dan tergabung bersama dengan komunitas usaha di bidang layanan pernikahan menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki oleh Djanur Manten, selain karena pelayanan yang professional dan sudah memiliki pengalaman sebelum mendirikan Djanur Manten, hal tersebut juga memudahkan komunikasi antar vendor-vendor pernikahan lain ketika acara pernikahan berlangsung.

Tabel 1.1. Jumlah Pengantin yang menggunakan layanan jasa Djanur Manten

No.	Bulan	Tahun	Jumlah
1	Desember	2023	4
2	Januari	2024	8
3	Febuari	2024	3
4	Maret	2024	2
5	April	2024	4
6	Mei	2024	4
7	Juni	2024	8
8	Juli	2024	2
9	Agustus	2024	3
10	September	2024	3
11	Oktober	2024	3
12	November	2024	4
Rata-rata			4

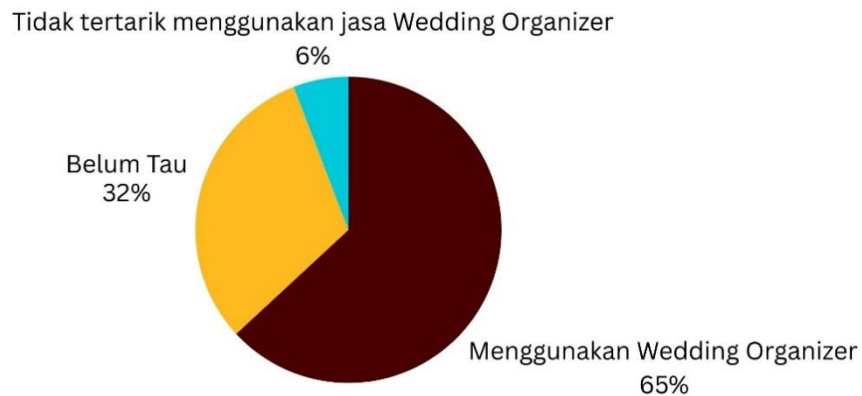
Sumber : Wawancara dengan owner Djanur Manten

Berdasarkan data diatas, Djanur Manten rata-rata setiap bulannya hanya melayani 4 pengantin dan ketika menjalankan sebuah usaha pasti akan mengalami ketidakstabilan pada usaha yang sedang dijalankan. Hal tersebut yang menjadi permasalahan karena berdasarkan data dari observasi secara langsung yang dilakukan oleh penulis dengan bekerja secara langsung menjadi salah satu kru Djanur Manten pada bulan Agustus hingga Oktober, Djanur Manten hanya melayani

sekitar 3-4 pengantin pada retang waktu 3 bulan terakhir. Untuk itu pemilik usaha perlu mengambil Tindakan untuk mempertahankan pemasarannya agar usaha tersebut dapat bertahan untuk jangka waktu yang lama dan diharapkan banyak calon pengantin yang menggunakan layanan jasa *wedding organizer* ini. Cara yang dapat dilakukan salah satunya adalah meningkatkan pemasaran digital pada layanan jasa dari usaha *Wedding Organizer* Djanur Manten. Dalam mempertahankan pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan metode komunikasi pemasaran atau *marketing communication* yang didalamnya terdapat pemasaran digital yang menggunakan media sosial untuk melakukan pemasaran baik secara langsung maupun tidak langsung.

Komunikasi Pemasaran merupakan kegiatan yang merujuk pada pemasaran dan juga promosi untuk menciptakan citra dan juga *image* yang seragam dimata konsumen. Menurut Morissan (dalam Salim, Goh dan Margery, 2022), "Komunikasi Pemasaran merupakan kegiatan yang menciptakan suatu citra bagi suatu perusahaan melalui pemasaran dan juga promosi" (Morissan, 2015). Komunikasi Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan untuk memberikan informasi kepada konsumen yang dilakukan oleh individu, kelompok, perusahaan ataupun organisasi yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi, memengaruhi dan juga mendorong perubahan perilaku konsumen (Hariyanto 2023).

Salah satu bentuk pemasaran pada *marketing communication* adalah melakukan pemasaran digital. Karena perkembangan zaman yang semakin maju, melakukan pemasaran digital melalui media sosial sudah banyak digunakan oleh pemilik usaha untuk mempertahankan pemasaran pada usahanya agar bisa bertahan untuk jangka waktu yang lama. Saat ini sudah banyak masyarakat yang sudah menggunakan media sosial, seperti *Instagram*, *TikTok*, *X*, dan media sosial lainnya. Namun, masyarakat cenderung lebih banyak yang memiliki akun *Instagram* daripada media sosial lainnya.



Gambar 1.1. Survei Ketertarikan Penggunaan Jasa *Wedding Organizer*

Sumber : (Website Resmi Populix.co.id)

Dilansir dari data yang telah di publikasi oleh BPS pada angka pernikahan di Indonesia, saat ini banyak pengantin yang mulai menggunakan pelayanan jasa *Wedding organizer* sebagai penanggung jawab untuk membantu pengantin dalam menjalankan acara pernikahan. Sebanyak 62% dari 1.087 responden dari survey yang diadakan oleh populix.co.id memilih untuk menggunakan *wedding organizer* pada acara pernikahan mereka, 6% diantaranya memilih tidak, dan 32% lainnya memilih belum tau akan menggunakan *wedding organizer* atau tidak pada acara pernikahan mereka. Dalam survei tersebut juga memberikan informasi mengenai rekomendasi penyedia layanan jasa *wedding organizer* yang didapatkan melalui internet, keluarga, rekomendasi dari teman ataupun dari para influencer.

Dengan banyaknya angka pernikahan di Indonesia maka hal tersebut membuka peluang bisnis pernikahan. Banyak pengusaha baru mulai membuka bisnis pernikahan seperti *Wedding organizer*, Dekorasi Pernikahan, Katering, *Make Up* Pengantin, maupun *Designer* Kebaya untuk Pengantin. Pada pameran yang diadakan oleh *Bridestory Market* pada oktober 2023, sebanyak 18% kenaikan usaha bisnis di bidang pernikahan, karena terdapat 300 lebih vendor industri pernikahan yang mengisi booth yang disediakan oleh *Bridestory Market* dibandingkan pada pameran pada bulan maret 2023 yang juga diadakan oleh *Bridestory Market*.

Salah satu puncak pencapaian dalam suatu hubungan antara sepasang kekasih adalah pernikahan. Pernikahan merupakan penyatuan 2 insan yang nantinya akan menjadi sepasang suami istri. Acara ini merupakan suatu acara yang sakral dan penting untuk sebagian orang. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Tengah, pada tahun 2023 terdapat 256.144 pasangan yang telah melakukan pernikahan dan angka pernikahan di Kota Semarang mencapai 9.251 pasangan yang telah melangsungkan pernikahan pada tahun 2023.

Kabupaten / Kota	Jumlah Pernikahan dan Perceraian Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah					
	Pernikahan			Perceraian		
	2020	2022	2023	2020	2022	2023
PROVINSI JAWA TENGAH	271.452	270.304	256.144	72.997	85.412	76.367
Kabupaten Cilacap	16.472	16.284	15.156	6.038	6.298	5.922
Kabupaten Banyumas	13.213	13.342	12.645	1.966	4.914	4.579
Kabupaten Purbalingga	7.782	7.561	7.170	2.266	2.523	2.295
Kabupaten Banjarnegara	7.720	7.784	7.147	2.592	2.773	2.407
Kabupaten Kebumen	10.763	10.596	9.707	2.766	2.973	2.740
Kabupaten Purworejo	6.036	5.709	5.469	1.481	1.676	1.588
Kabupaten Wonosobo	6.600	6.879	6.466	2.022	2.400	2.333
Kabupaten Magelang	9.265	8.992	8.648	2.003	2.411	2.130
Kabupaten Boyolali	7.535	6.484	6.703	1.834	1.917	1.724
Kabupaten Klaten	8.166	7.751	7.396	1.474	2.322	1.727
Kabupaten Sukoharjo	5.765	5.716	5.324	1.459	1.529	1.264
Kabupaten Wonogiri	6.927	6.839	6.579	1.701	1.819	1.680
Kabupaten Karanganyar	6.155	5.992	5.821	1.673	1.559	1.302
Kabupaten Sragen	6.836	7.232	6.771	2.309	2.428	2.060
Kabupaten Grobogan	10.252	11.718	11.012	3.326	3.588	3.377
Kabupaten Blora	6.096	6.810	6.583	1.755	2.073	1.959
Kabupaten Rembang	4.360	4.687	4.596	1.038	1.199	1.104
Kabupaten Pati	8.034	9.526	9.211	2.716	3.076	2.654
Kabupaten Kudus	6.174	6.405	5.826	1.306	1.557	1.309
Kabupaten Jepara	7.963	9.257	8.658	2.089	2.362	2.080
Kabupaten Demak	8.719	9.383	9.034	2.191	2.432	2.396
Kabupaten Semarang	7.118	7.096	6.552	1.216	2.339	2.080
Kabupaten Temanggung	5.393	5.216	5.144	1.426	1.526	1.404
Kabupaten Kendal	7.776	7.896	7.513	2.609	2.774	2.585
Kabupaten Batang	6.192	6.143	5.928	1.924	2.137	1.901
Kabupaten Pekalongan	8.240	7.892	7.361	1.895	1.927	1.729
Kabupaten Pemalang	13.067	12.697	11.811	3.559	4.368	3.823
Kabupaten Tegal	13.518	13.097	12.430	3.296	4.257	3.683
Kabupaten Brebes	16.345	16.422	15.505	4.555	5.739	5.041
Kota Magelang	787	702	743	208	231	229
Kota Surakarta	6.660	3.021	3.049	807	1.081	893
Kota Salatiga	1.094	1.032	939	1.231	329	344
Kota Semarang	9.960	9.858	9.251	3.091	3.665	2.958
Kota Pekalongan	2.442	2.291	2.098	549	565	492
Kota Tegal	2.027	1.994	1.898	626	645	575

Keterangan Data :

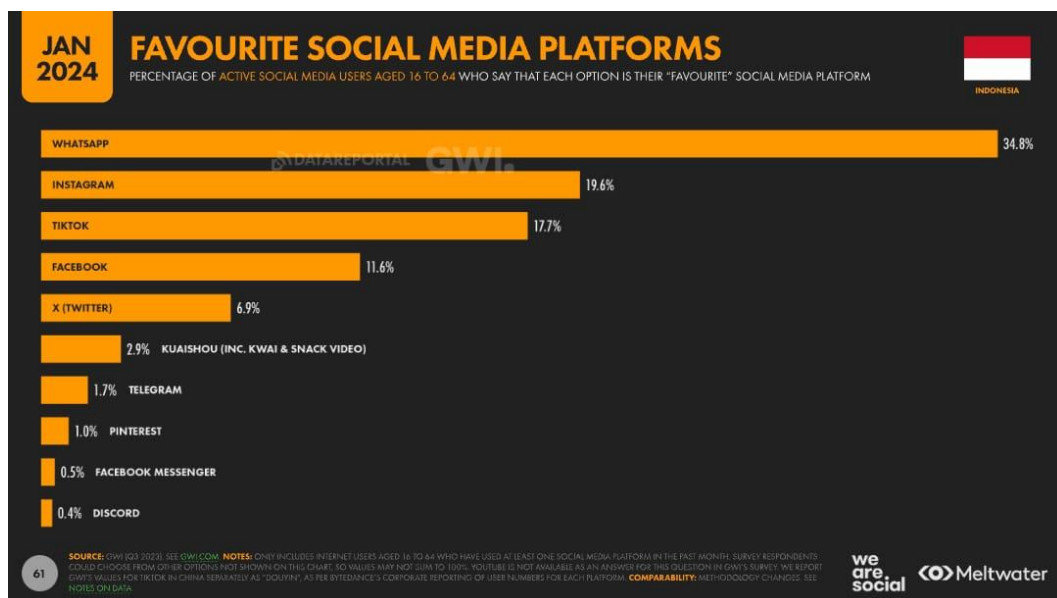
Kanwil Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah

Gambar 1.2 Angka Pernikahan Indonesia pada tahun 2023

Sumber : (Badan Pusat Statistik Jawa Tengah tahun 2023)

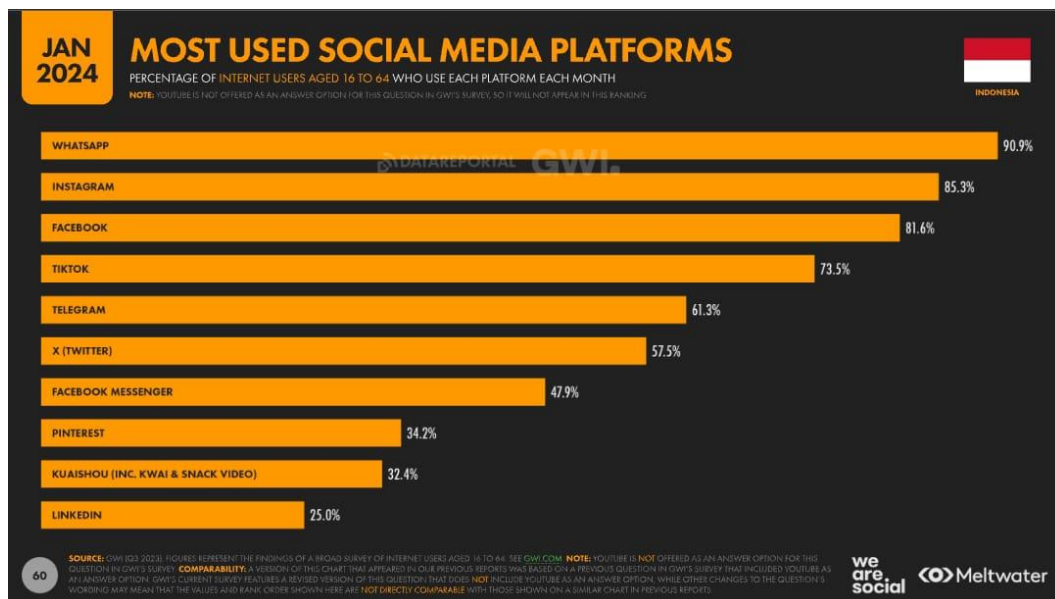
Saat ini telah banyak usaha jasa untuk membantu menyusun sebuah acara agar tersusun dan berjalan sesuai rencana, begitu pula dengan acara pernikahan yang menjadi momen penting untuk sepasang pengantin baru. Pelayanan jasa untuk acara pernikahan biasa di sebut dengan *Wedding organizer* (WO). *Wedding organizer* merupakan pelayanan jasa untuk membantu calon pengantin beserta keluarga untuk merencanakan sebuah acara pernikahan secara detail dan juga sesuai dengan rencana (Aman dan Suroso, 2021). Calon pengantin yang menggunakan layanan jasa dari *wedding organizer* akan mendapatkan pelayanan yang professional untuk merencanakan sebuah pernikahan dengan perencanaan yang matang. Sehingga acara dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan jadwal.

Berdasarkan data dari *we are social* pada Januari 2024, *Instagram* merupakan platform media sosial favorit kedua setelah WhatsApp yakni dengan persentase yang mencapai 19,6% pengguna platforms media sosial dari total populasi di Indonesia dan platforms media sosial yang paling banyak digunakan yang mencapai persentase sebanyak 85,3% pengguna media sosial menggunakan *Instagram* dari total 276,4 juta populasi di Indonesia.



Gambar 1.3 Data Survei Media Platform Favorit Januari 2024

Sumber : (We Are Social 2024)

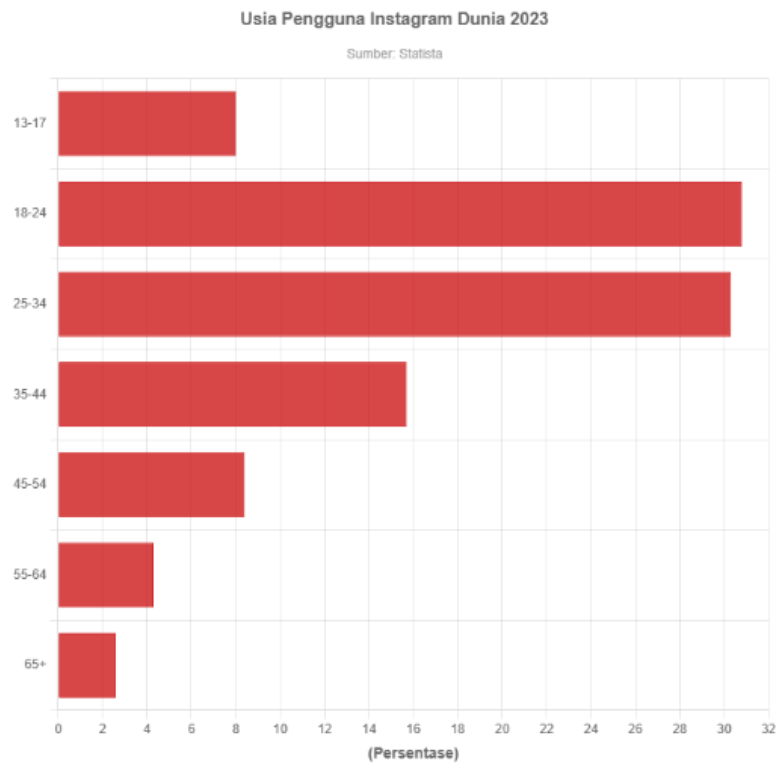


Gambar 1.4 Data Survei Pengguna Platform Sosial Januari 2024

Sumber : (We Are Social 2024)

Dengan jumlah pesentase *Instagram* sebagai media sosial paling sering kedua di gunakan dan sosial media favorit kedua setelah *WhatsApp* hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh *Wedding organizer* Djanur Manten untuk mempromosikan usaha layanan jasa atau brand mereka agar banyak masyarakat khususnya masyarakat Semarang yang tertarik untuk menggunakan layanan jasa yang di promosikan melalui konten *reels* yang diposting pada media sosial *Instagram* atau bisa dikatakan dengan *digital marketing*.

Promosi yang dilakukan secara digital atau *digital marketing* dapat membantu konsumen dan juga pemilik usaha dalam membangun komunikasi melalui internet, sekitar 80% konsumen memperoleh informasi tentang produk atau jasa melalui internet (Tri Rachmadi, 2020). Selain itu, dengan melakukan pemasaran secara digital juga menghemat pengeluaran dari perusahaan dan karena *digital marketing* bisa menjangkau khalayak yang luas namun tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar agar masyarakat mengetahui brand yang di promosikan tersebut.



Gambar 1.5 Data jumlah umur pengguna Insragram 2023

Sumber : (Website Goodstats)

Berdasarkan data dari GoodStats pada tahun 2023, pengguna *Instagram* telah mencapai 1.35 miliar dengan usia pengguna terbanyak adalah remaja yang berusia 18-24 tahun sebanyak 30,8% selanjutnya 30.3% merupakan pengguna dengan usia 25-34 tahun. Dari jumlah pengguna *Instagram* yang saat ini didominasi dengan pengguna yang berusia 18-24 tahun kecuali umur 18 tahun dan juga 25-34 tahun merupakan umur yang cukup untuk melakukan pernikahan dan sesuai dengan target pasar dari Djanur Manten. Karena banyak masyarakat mencari referensi vendor pernikahan menggunakan media sosial, dapat dilihat dari survei yang dilakukan oleh populix.co.id sebanyak 77% dari total 673 responden memilih mencari referensi *wedding organizer* melalui media sosial. Oleh karena itu penggunaan media sosial sangat dibutuhkan. Selain dapat meningkatkan penjualan, penggunaan media sosial khususnya *instagram* dapat meningkatkan *engagement rate* dari Djanur Manten melalui konten-konten menarik yang jika di unggah secara rutin pada akun @djanurmanten_service.

Dalam melakukan pemasaran digital diperlukan konten yang menarik agar penonton tidak bosan dengan konten yang sudah biasa. Saat ini Djanur Manten sudah mulai melakukan pemasaran secara digital dengan membuat konten-konten menarik yang di unggah melalui media sosial *instagram*. Konten yang diunggah oleh Djanur Manten cukup bervariasi mulai dari tips saat acara *wedding*, *jobdesc* dari masing-masing kru, maupun testimoni dari konsumen. Namun, berdasarkan analisis yang dilakukan penulis konten yang diunggah belum optimal karena tidak semua konten memiliki jumlah tayangan yang banyak, tetapi ada juga konten yang memiliki jumlah tayangan yang cukup banyak.

Dengan mengoptimalkan pembuatan konten yang menarik diharapkan Djanur Manten dapat mempertahankan pemasarannya sehingga usaha *wedding organizer* ini akan bertahan lama. Pada pembuatan konten juga dapat meningkatkan minat audiens untuk menggunakan layanan jasa dari Djanur Manten *Wedding Organizer* karena konten yang dibuat melalui akun *@djanurmanten_service* menarik khususnya untuk calon pengantin yang sedang mencari *wedding organizer* akan tertarik menggunakan jasa *Wedding organizer* Djanur Manten. Berikut ini merupakan 10 konten terakhir yang diunggah pada akun *@djanurmanten_service*.

Tabel 1.2. Data 10 konten terakhir yang diunggah pada akun Instagram *@djanurmanten_service*

No.	Judul Konten	Jumlah Tayangan	Jumlah Suka	Jumlah Komentar	Jumlah <i>Share</i>	Link
1.	Jadi Mau <i>Wedding Dream</i> Seperti apa?	1.490	59	12	3	
2.	Mau Pesan Berapa Piring Jadinya?	700	36	6	1	
3.	<i>A Day With</i> Djanur Manten	382	20	2	0	
4.	<i>The Wedding Of</i> Indah dan Syauqi	607	23	5	1	

5.	Kita Profesional Kok, Tapi Kalo Dengar Musik Langsung (Emoji)	1.439	51	2	4	
6.	Bos Bilang Bikin Konten Yang Menarik Yaa	1.261	46	8	2	
7.	WO Kerjanya Ngapain Sih?	1.363	25	0	2	
8.	Yakin <i>Wedding</i> Kamu Gamau Kita Urusin?	2.243	37	0	6	
9.	Ubur-ubur Ikan Lele, Udah 2025 Masih Jomblo Kalah Ama Mantenku Lee	2.795	53	6	6	
10.	Pose Djanur Tim Kalo Diajak Foto	552	20	0	0	
Rata - rata		1.283	37	4	2	

(Sumber : Instagram @djanurmanten_service)

Berdasarkan data dari tabel diatas rata-rata dari 10 konten terakhir yang diunggah pada akun instagram @djanurmanten_service telah berhasil mendapatkan sekitar 1.283 tayangan, 37 suka, 4 komentar dan 2 akun membagikan konten. Namun, pemasaran digital tersebut harus lebih dioptimalkan lagi agar lebih banyak pengguna instagram yang mengetahui dan tertarik menggunakan layanan jasa *Wedding Organizer* Djanur Manten khususnya calon pengantin di kota Semarang.

Selanjutnya untuk meningkatkan *digital marketing* pada akun *Instagram* @djanurmanten_service agar usaha tersebut dapat mempertahankan pemasarannya perlu adanya pembuatan konten melalui *reels Instagram*. *Reels* merupakan fitur yang disediakan oleh *Instagram* sejak 2021 yang telah berhasil menarik minat dari audiens. *Reels* juga sudah menyiapkan berbagai fitur seperti *remix*, *voice over*, *augmented reality (AR) effect*, *timer* dan *countdown*, *align*, dan juga *speed*. Hal ini menjadikan video yang akan diunggah menjadi lebih menarik dan juga akan

meningkatkan jumlah audiens pada akun *Instagram* Djanur Manten. Dengan demikian penulis akan memproduksi 10 konten *reels* yang nantinya akan diunggah secara berkala melalui akun *Instagram* Djanur Manten yang diharapkan akan menambah jumlah pengguna layanan jasa *wedding organizer* Djanur Manten.

Dari penjelasan latar belakang diatas, dengan *digital marketing* yang dilakukan dengan memproduksi 10 konten *reels* yang akan diunggah satu video pada setiap harinya pada akun *Instagram* @djanurmanten_service. Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah *customer* setiap bulannya.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan yang telah dijabarkan pada latar belakang, rumusan masalah yang dibahas adalah *Wedding organizer* Djanur Manten perlu membuat konten yang menarik untuk mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial *instagram* agar usaha tersebut dapat bertahan untuk jangka waktu yang lama. Nantinya konten tersebut akan diunggah melalui *reels Instagram* pada akun Djanur Manten.

1.3 Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan pembuatan project tugas akhir yang telah dijabarkan pada latar belakang dan juga rumusan masalah adalah dengan memproduksi dan menghasilkan 10 konten *reels Instagram* yang menarik untuk diunggah pada akun *Instagram* Djanur Manten agar nantinya dapat menarik perhatian calon pengantin untuk menggunakan layanan jasa pernikahan Djanur Manten sehingga *wedding organizer* ini dapat mempertahankan pemasaran melalui pemasaran digital.

1.4 Manfaat

Dalam pembuatan *project* tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut ini :

1. Bagi Penulis
 - a. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan kepada penulis tentang usaha pelayanan jasa pada bidang layanan pernikahan.

- b. Dapat memberikan pengalaman tentang pembuatan konten untuk media sosial yang lebih bervariasi agar menambah ketertarikan pengguna media sosial mengenai vendor pernikahan.
2. Bagi Klien
- a. Dapat membantu klien membuat konten dengan ide yang baru dan juga menarik untuk diupload di media sosial *Instagram* @djanurmanen_service.
 - b. Memudahkan klien agar konten yang dihasilkan dapat menarik minat dan perhatian pengguna media sosial *Instagram* khususnya pasangan yang akan menikah untuk menggunakan layanan jasa dari Djanur Manten.
3. Bagi Akademik
- a. Menjadi salah satu bahan acuan untuk membuat tugas akhir bagi mahasiswa S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat.
 - b. Dapat terjalinnya hubungan kerja sama baru antara klien dan universitas.

1.5 Luaran

Dalam pembuatan tugas akhir ini akan menghasilkan luaran berupa 10 konten video yang akan diunggah pada akun *instagram* @djanurmanten_service dengan memperhatikan konten yang sedang *trending* di media sosial *instagram* agar konten yang diupload bisa mendapatkan *viewers* yang cukup banyak dan muncul di beranda pengguna *Instagram* lainnya, dan pembuatan modul tentang Panduan Memilih *Wedding Organizer* Untuk Pernikahan.