

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN STRUKTUR ORGANISASI AKSARA WEDDING ORGANIZER

2.1 Sejarah Aksara Wedding Organizer

Dalam perjalanan Aksara Wedding Organizer dari tahun 2017 sampai dengan saat ini tahun 2024 tidak dapat dipungkiri bahwa keinginan untuk menjadikan usaha menjadi jauh lebih besar dari yang saat ini itu ada, dalam memperbesar usaha ini dapat diukur dengan bertambahnya jumlah orang yang menggunakan jasa dan juga bagaimana orang mengetahui Aksara Wedding Organizer. Saat ini dengan bertambahnya teknologi dan penyebaran informasi usaha yang dilakukan Aksara Wedding Organizer untuk meningkatkan jumlah klien yaitu dengan cara pertama membagikan aktivitas team di social media seperti acara buka bersama pada saat bulan puasa, sharing session, bermain games. Hal ini bertujuan untuk memperlihatkan kualitas dan kekompakan dari team Aksara Wedding Organizer dalam menghandle sebuah event. Interaksi dari admin pada saat membagikan moment kebersamaan di social media instagram pun juga tidak luput dari kegiatan yang tidak boleh dilewatkan, karena hal itu dilakukan untuk menarik netizen untuk memberikan respon, komentar dan penilaian bagaimana team Aksara Wedding Organizer.

Usaha kedua yang telah dilakukan yaitu membuat sebuah konten tentang seberapa pentingnya koordinasi dengan vendor pada saat hari H, saran games apa saja yang dapat digunakan untuk memeriahkan acara, memberikan informasi bagaimana proses siraman dengan adat Jawa, memberikan informasi bagaimana acara mitoni, memberikan informasi tentang makna dari tradisi Ngunduh Mantu

dalam adat Jawa, memberikan informasi tentang makna pemasangan kalung pada prosesi lamaran. Tujuan dari memberikan informasi yaitu agar bagi netizen yang melihat postingan tersebut dapat membagikan postingan ke teman, saudara atau orang terdekat. Hal ini lah yang dijadikan sarana untuk menarik orang agar mengetahui Aksara Wedding Organizer.

Usaha ketiga yaitu memberikan content yang interaktif, seperti memberikan pertanyaan lalu meminta untuk memilih dengan menggunakan poling. Selain itu juga saat ini admin aktif membalas setiap komentar yang ada di social media instagram. Hal ini digunakan agar mendapatkan interaksi dari social media sehingga akan timbul/muncul keterikatan netizen dengan Aksara Wedding Organizer melalui social media instagram. Usaha keempat yaitu membuat content dengan tujuan agar viral karena pada saat ini banyak konten-konten yang dibuat agar viral. Usaha kelima yaitu memberikan *giveaway* untuk para netizen dengan harapan setiap orang yang ikut harus membagikan pada tiga orang temennya yang lain. Hal ini dilakukan untuk menarik orang lain untuk mengetahui Aksara Wedding Organizer dan kedepannya dapat dijadikan rekomendasi. Usaha Keenam yaitu dengan melakukan reposting postingan yang dibagikan orang lain dan juga menyebut Aksara Wedding Organizer pada saat acara yang di handle. Terakhir adalah meminta testimonial pada setiap klien yang memberikan kepercayaan pada Aksara Wedding Organizer serta meminta testimonial orang-orang yang akan ditanyain rumus bagaimana.

Membuat konten di media sosial dengan aktif dapat memberikan informasi bazar, content edukasi dan informasi, membagikan moment pada saat acara atau

event yang sedang di handle, serta memberikan informasi harga di akun social media Instagram. Namun Aksara Wedding Organizer belum mengetahui bagaimana efektifitas usaha yang dilakukan seberapa berpengaruh untuk meningkatkan jumlah kliennya ini. Sehingga peneliti tertarik mengambil penelitian dengan meneliti bagaimana pengaruh *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* Dan *Social Media Advertising* Melalui Media Sosial *Instagram* Terhadap Keputusan Penggunaan Usaha Jasa Aksara Wedding Organizer. Hal ini selaras dengan masalah serta persoalan yang tengah dihadapi oleh Aksara Wedding Organizer.

2.2 Strategi E-WOM dan Instagram Advertising Aksara Wedding Organizer

Konten *Instagram Advertising* Aksara Wedding Organizer terdapat beberapa poin yang menarik perhatian penggunanya, yaitu:

1. Membuat konten dengan kondisi sedang handle client namun terjadi hujan. Konten ini menarik perhatian dan mendapatkan *likes* sebanyak 51.9K *comments* 35 dan di *share* ke 20 akun.



Gambar 2.1 Konten *Instagram* Aksara Wedding Organizer (1)

2. Membuat konten aktivitas apa saja yang dilakukan oleh Crew WO.

Konten ini juga menarik perhatian pengguna *Instagram* dan mendapat *likes* sebanyak 10.8K, *comments* 108 dan di *share* ke 13 akun.



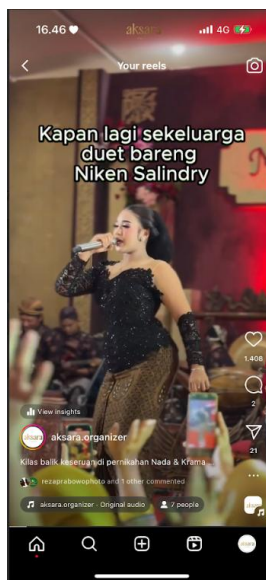
Gambar 2.2 Konten *Instagram* Aksara Wedding Organizer (2)

3. Membuat konten mengabadikan *moment* haru untuk seorang ayah ketika harus melepas anak perempuannya untuk menikah. Konten ini mendapat *likes* 34.2K, *comments* 347 dan di *share* 2.292 akun.



Gambar 2.3 Konten *Instagram* Aksara Wedding Organizer (3)

4. Membuat konten membagikan momen pada saat acara wedding dan client mengundang salah satu penyanyi yang cukup terkenal. Konten ini mendapatkan 1.408 *likes*, 2 *comments* dan di *share* pada 21 akun.

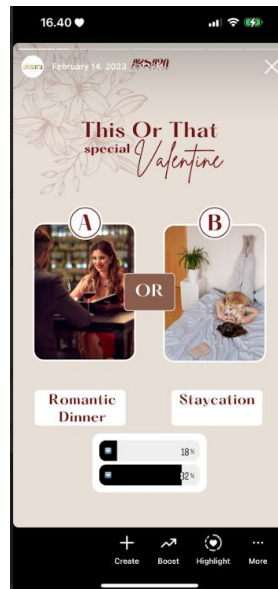


Gambar 2.4 Konten *Instagram* Aksara Wedding Organizer (4)

Selain itu ada beberapa konten yang interaktif dengan *followers*, konten yang dibuat adalah membuat *followers* memilih *this or that* pada saat momen

valentine, berikut ini adalah kontennya dan *presentase* dari *followers*.

1. Memilih *Romantic Dinner* atau *Staycation*. Konten ini mendapatkan respon dengan 82% memilih *staycation* dan 18% memilih *romantic dinner*.



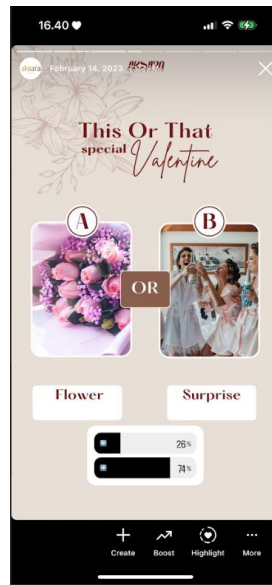
Gambar 2.5 Konten Interaktif (1)

2. Memilih diberi Hadiah atau Coklat. Konten ini mendapatkan respon dengan 87% memilih hadiah dan 13% memilih coklat.



Gambar 2.6 Konten Interaktif (2)

3. Memilih diberi bunga atau kejutan. Konten ini mendapatkan respon dengan 71% memilih diberi kejutan dan 26% memilih diberi bunga.



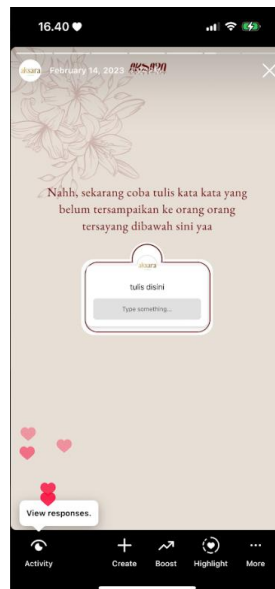
Gambar 2.7 Konten Interaktif (3)

4. Memilih diberikan cincin atau *money bouquet*. Konten ini mendapatkan respon dengan 61% memilih diberikan cincin dan 39% memilih *money bouquet*.



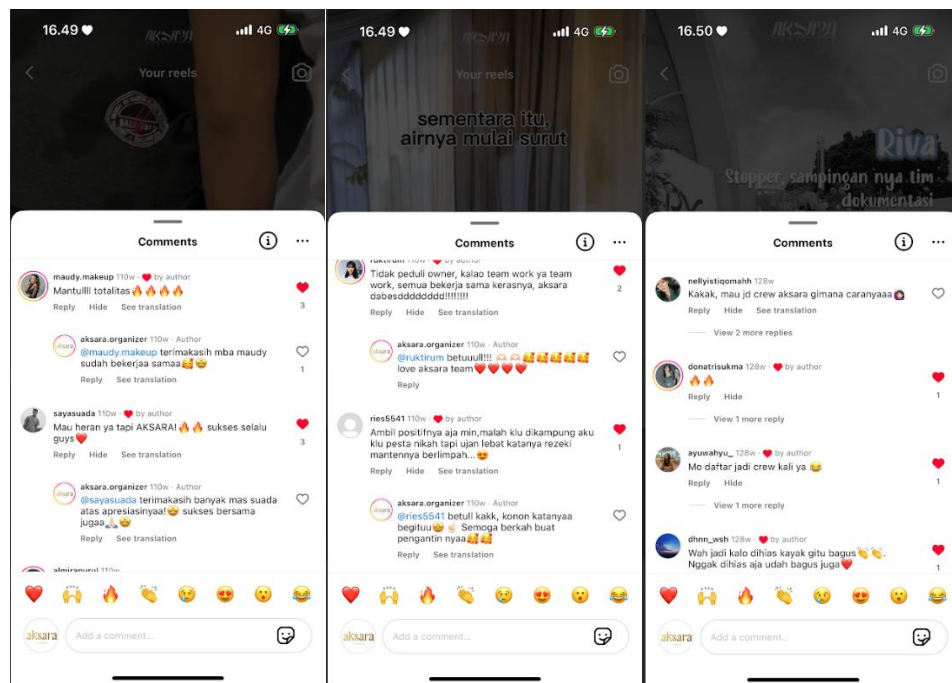
Gambar 2.8 Konten Interaktif (4)

5. Membuat konten dengan meletakkan meminta komentar dari *followers*.



Gambar 2.9 Konten Interaktif (5)

Berikut ini adalah beberapa interaksi admin Aksara Wedding Organizer di kolom kometar.



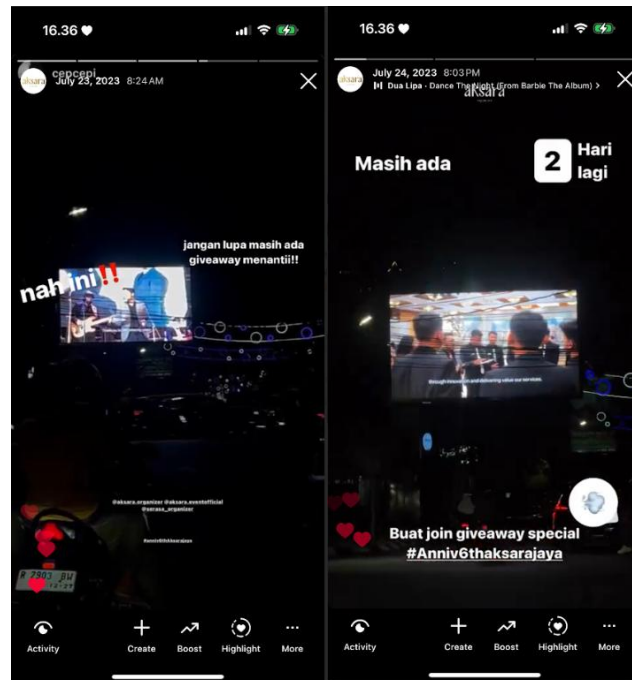
Gambar 2.10 Konten Interaktif (6)

Selain itu terdapat beberapa konten Aksara Wedding Organizer memberikan *giveaway* untuk *followers*.



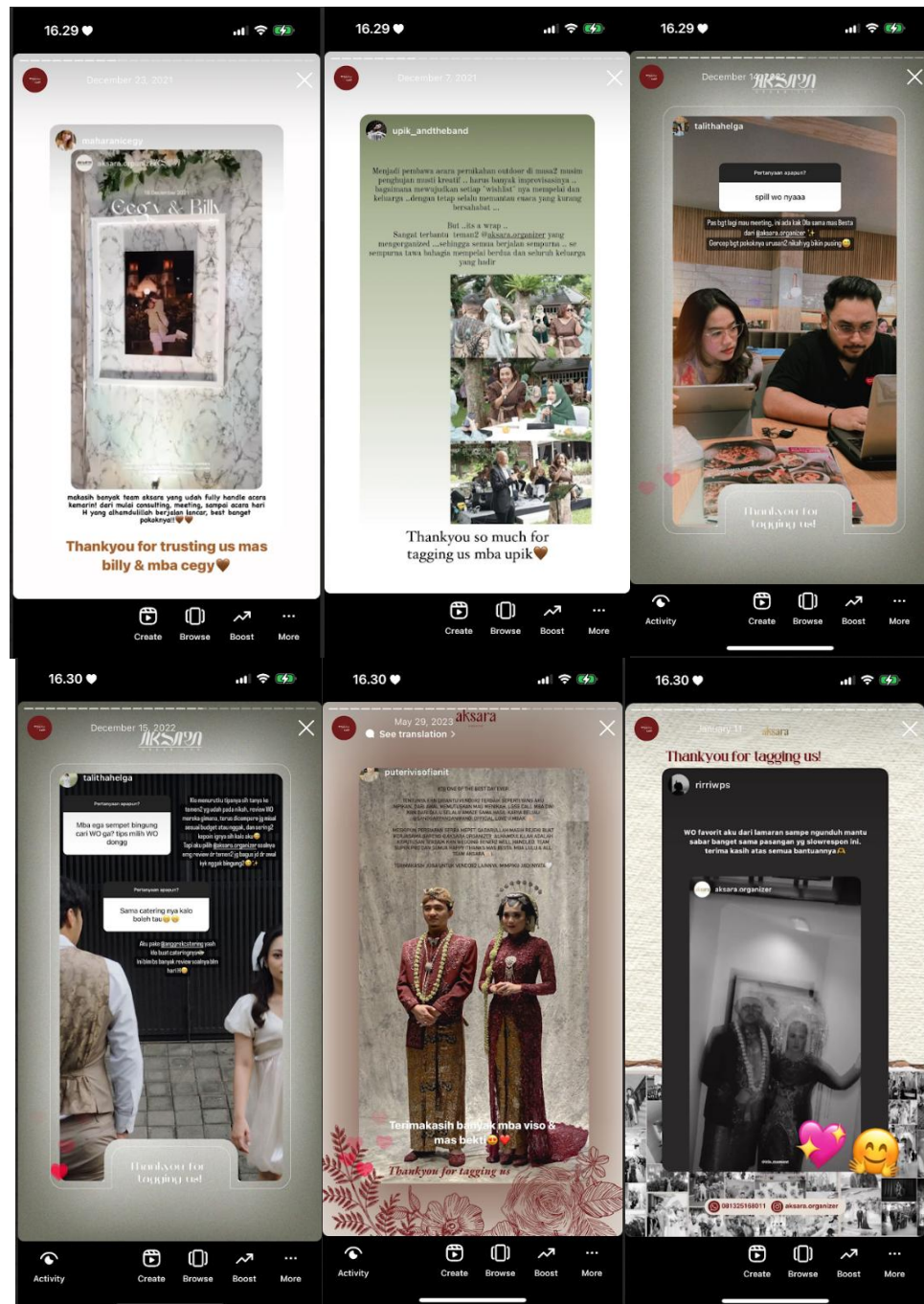
Gambar 2.11 Konten Interaktif (7)

Berikut ini adalah respon dari *followers* yang mengikuti *giveaway*.



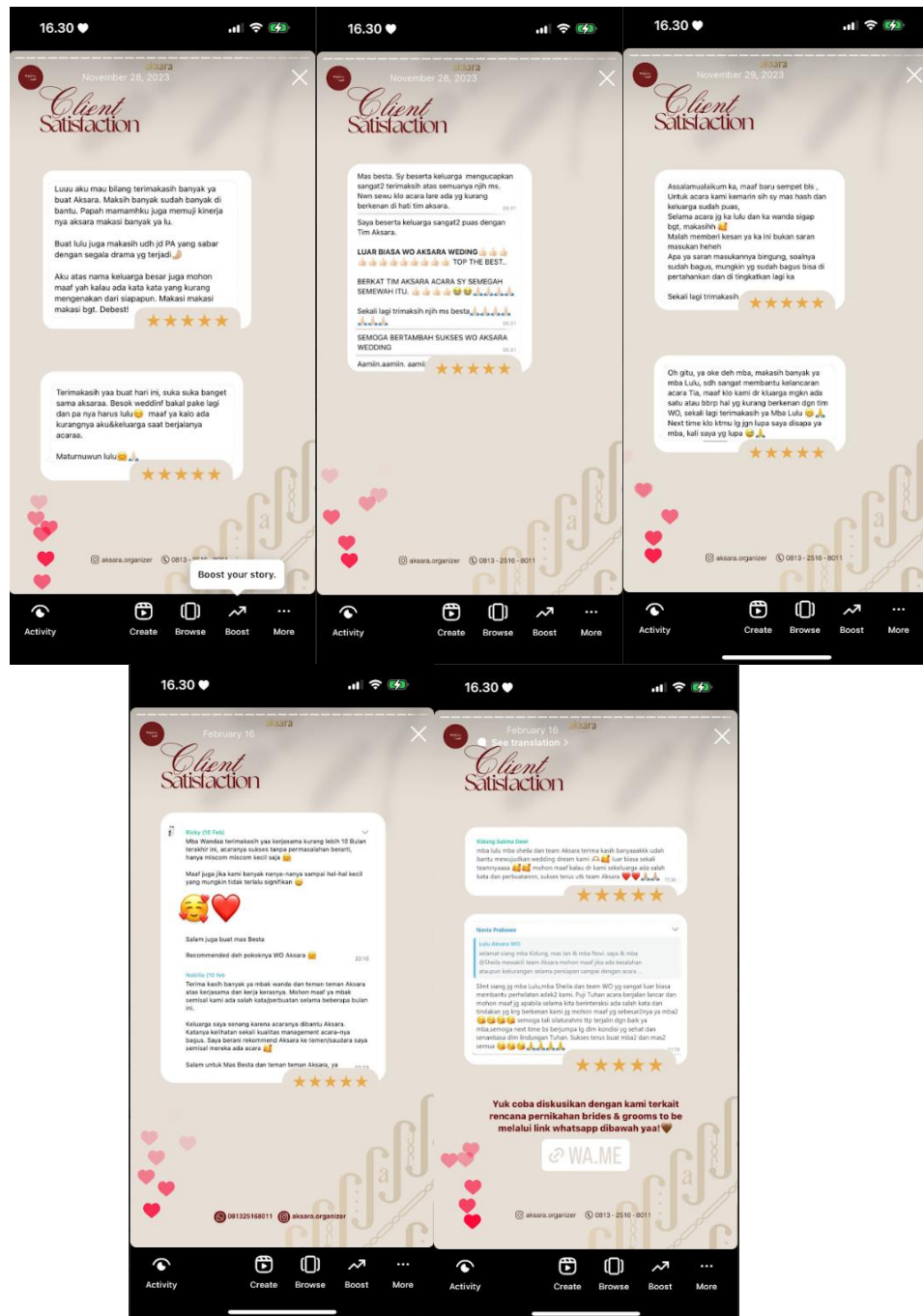
Gambar 2.12 Konten Interaktif (8)

Berikut ini adalah beberapa testimoni dari client Aksara Wdding Organizer yang diupdate di *instagram stories*.



Gambar 2.13 Konten Interaktif (9)

Berikut ini adalah beberapa testimoni dari client melalui aplikasi *whatsapp* lalu di *update* oleh Aksara Wedding Organizer melalui *instagram stories*.



Gambar 2.14 Konten Interaktif (10)