

Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Usaha Wedding Organizer di Masa New Normal (Study Kasus Ivora Organizer)

Fildzah Gassani Nasution*, Neila Susanti & Syahrul Abidin

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

ABSTRACT

As a result of the Covid-19 pandemic, *Wedding Organizers* face the problem of declining income turnover which makes them have to have a way to develop their business in the new normal period through marketing communication strategies. The purpose of this study is to find out how the marketing communication strategy in developing the *Wedding Organizer* business in the new normal period in the Ivora Organizer case study. The type of research used in this research is descriptive qualitative research. The results of this study indicate that Ivora Organizer's marketing communication strategy activities use Instagram social media during the new normal period to develop their business. The conclusion of this research is that Ivora Organizer's marketing communication strategy in developing a *Wedding Organizer* business in the new normal is going very well, as can be seen from Ivora Organizer who already has his own place of business.

ARTICLE HISTORY

Submitted 14 May 2022
Revised 21 May 2022
Accepted 28 May 2022

KEYWORDS

Strategy; Marketing Communications; *Wedding Organizer*

CITATION (APA 6th Edition)

Nasution, G. Fildzah. Susanti, N & Abidin, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mengembangkan Usaha *Wedding Organizer* di Masa New Normal (Study Kasus Ivora Organizer). *Communication & Social Media*. 2(1), 43-54 .

*CORRESPONDANCE AUTHOR

fildzahnst@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam memperluas jangkauan dari pemasaran, maka diperlukan strategi yang terencana agar dapat menawarkan produk atau jasa yang ada. Berkembangnya teknologi komunikasi, semakin dapat memudahkan seseorang dalam menjalankan berbagai kegiatan sehari-hari. Hadirnya berbagai terobosan teknologi komunikasi tentu dapat memudahkan kegiatan berbagai bidang komunikasi. Termasuklah salah satunya yaitu pada bidang komunikasi pemasaran.

Komunikasi pemasaran memiliki dua kata yang dapat diartikan secara terpisah, kata komunikasi adalah proses kegiatan penyampaian agar dapat memahami pesan dari pengirim pesan terhadap penerima pesan (Moeloeng, 2018). Sedangkan pemasaran memiliki arti kegiatan pertukaran pesan baik itu terhadap produk atau jasa maupun bertukar gagasan antar pelanggan (Mubarrok, 2018). Dalam bidang pemasaran, perusahaan memerlukan strategi dalam memperluas jangkauan pemasaran, dibutuhkan strategi yang terencana dalam menawarkan sebuah produk atau jasa. Berkembangnya teknologi komunikasi telah membuat kemudahan bagi semua orang serta menjadikan teknologi bagian dari kehidupan manusia saat ini. Tidak terkecuali salah satunya pada bidang komunikasi pemasaran. Sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung, tentang produk dan merek yang dijual merupakan definisi komunikasi pemasaran menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (Fitria, 2018)

Kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan, menjalin, maupun menciptakan interaksi antara perusahaan dengan mitra usaha maupun konsumen dan merupakan suatu usaha untuk mengkomunikasikan perusahaan, produk maupun jasa kepada pihak luar baik mitra usaha, supplier maupun konsumen adalah definisi dari kegiatan komunikasi (Kusniadji, 2016).

Komunikasi pemasaran memiliki model dimana pihak yang mengirim pesan pemasaran kepada konsumen dinamakan sender (*source*), pesan yang di susun agar bisa dipahami dan direspons secara positif oleh penerima (konsumen) ditentukan oleh pemasar (Firmansyah, 2020). Kegiatan komunikasi pemasaran tidak hanya menjalin

hubungan pihak produsen terhadap konsumen, namun perlu juga hubungan antara konsumen terhadap lingkungan sosialnya pula. Komunikasi pemasaran dapat terjadi dari masyarakat berupa bentuk reaksi dari pengguna produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Itu artinya komunikasi ini terjalin antar konsumen yang membantu terjalannya komunikasi pemasaran (Musfar, 2020).

Hadirnya media cetak dan elektronik saat ini menjadi strategi promosi bagi para pengusaha dalam komunikasi pemasaran. Pengusaha pada masa kini harus memiliki misi komunikasi pemasaran yang lebih kritis. Dimana persaingan bisnis yang semakin ketat membuat pengusaha harus membuat konsumen menjadi lebih peka terhadap perubahan yang ada. Perkembangan teknologi dan internet telah melahirkan media sosial, yang saat ini hampir semua orang menggunakannya sebagai media dalam mendapatkan informasi, bersosialisasi, berkomunikasi, dan juga berbisnis (Purba, 2021).

Pada penghujung tahun tepatnya pada tahun 2019 seluruh masyarakat dunia dikejutkan dan digemparkan dengan adanya virus yang bernama Corona yang dengan begitu cepatnya dapat menyebar ke seluruh penjuru dunia. Virus Corona ini menyebabkan penyakit yang kemudian dikenal sebagai Covid-19. Tahun 2020 merupakan awal dimana munculnya wabah Covid-19 yang menjadi keterpurukan di berbagai belahan dunia. Covid-19 menjadi wabah yang mengakibatkan tahun 2020 menjadi tahun yang berat bagi seluruh dunia. Terbukti dengan masuknya wabah Covid-19 yang bermula dari kota Wuhan – China dan terus menyebar kepenjuru benua sehingga membuat perekonomian dunia porak-poranda. Krisis kesehatan ini membuat ekonomi dunia harus mundur dengan strategi yang telah ditetapkan (Sutaryo, 2020).

Menurut penjelasan World Health Organization (WHO), Covid-19 merupakan virus yang menginfeksi sistem pernapasan yang ditularkan antara hewan dan manusia. Flu biasa hingga penyakit yang parah seperti (MERS-CoV) dan (SARS-CoV) dapat disebabkan oleh Virus Corona ini. Wuhan Municipal Health Commite memberi pernyataan *“urgent notice on the treatment of pneumonia of unknown cause”* pada 30 Desember 2019 yang menjadi awal berkembangnya kasus Covid-19 di Indonesia (Hanoatubun, 2020).

Pada awal maret 2020 dilaksanakannya masa tanggap darurat di Indonesia, kemudian dibuat kebijakan baru pada 10 April 2020 di Jakarta tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pemerintah telah menelaah akan diterapkannya new normal setelah melewati tiga bulan masa tanggap darurat dan PSBB (Muhyiddin, 2020). Setelah berakhirnya diberlakukannya PSBB kini semua dihadapkan dengan era tatanan baru, era kenormalan atau orang-orang menyebutnya dengan sebutan New Normal. Adanya New Normal ditandai dengan adanya dibukanya kembali aktivitas keseharian masyarakat dengan tetap menjaga diri dari penyebaran Covid-19 (Swaesti, 2021). Adanya New Normal sendiri terdiri atas tatanan, kebiasaan maupun perilaku baru, melalui perilaku hidup bersih dan sehat. Beberapa kebiasaan baru dalam era New Normal saat ini diantaranya dengan mencuci tangan menggunakan sabun, selalu menggunakan masker pada saat keluar rumah atau berada di kerumunan, melakukan jaga jarak secara fisik dengan orang lain. Kebiasaan-kebiasaan baru ini diharapkan dapat dilaksanakan secara kolektif dan menjadi kebiasaan baru yang dipatuhi oleh seluruh warga negara (Mas’udi & Winanti, 2020).

Wedding Organizer salah satu bisnis usaha yang bergerak dibidang jasa ikut terkena dampak Covid-19. *Wedding Organizer* adalah usaha yang bergerak pada bidang jasa profesional khusus yang secara pribadi membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal dan kesepakatan yang sudah ditetapkan yang gunanya membantu para pemilik acara (pelanggan) dalam pelaksanaan acara pernikahan.

Ivora Organizer sendiri merupakan usaha yang bergerak pada bidang jasa dimana usaha ini memberikan pelayanan terhadap penyelenggaraan acara pernikahan. Ivora Organizer memberikan kontribusi besar dalam mengabadikan saat bahagia pasangan pengantin agar dapat diingat sepanjang hidup mereka. Jasa yang diberikan Ivora Organizer untuk acara pernikahan mendetail dan beragam sesuai kebutuhan pelanggan. Ivora Organizer merupakan anggota dari Hastana sejak tahun 2020. Hastana sendiri merupakan Himpunan Perusahaan Penata Acara Pernikahan Indonesia. Organisasi ini merupakan tempat bertukar informasi antar sesama penata acara pernikahan serta menjadi mediator dalam setiap kendala agar menjadi penata acara yang profesional.

Ivora Organizer merupakan salah satu usaha UMKM yang terkena dampak dari Covid-19. Sebelum pandemi Ivora Organizer sudah memiliki banyak job, sehingga dapat mempromosikan usahanya hingga ke berita online namun, karena keluarnya peraturan dari pemerintah untuk lockdown membuat bisnis Ivora Organizer sempat vacum kurang

lebih tiga bulan lamanya semenjak masuknya Covid-19 di Indonesia. Hal tersebut membuat Ivora Organizer untuk survive untuk mencari peluang solusi masalah tersebut. Dimana Ivora Organizer walau tidak ada acara pernikahan namun, membuat orang-orang agar tetap mengingat Ivora Organizer dengan cara aktif di sosial media instagram semasa pandemi hingga saat new normal.

Sebelum memfokuskan menggunakan media sosial Instagram, Ivora Organizer melakukan komunikasi pemasaran dengan aktif mengikuti Expo, Bazar serta memasarkan melalui media berita online yang akhirnya membuatnya memiliki banyak job. Namun, akibat dari dampak pandemik Covid-19 membuat Ivora Organizer tidak dapat lagi mengikuti Expo dan Bazar yang mengakibatkan turunnya omzet membuat Ivora Organizer tidak lagi memasarkan usahanya lewat media berita online.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif di mana peneliti menjelaskan suatu fenomena dengan basis pengumpulan data sebanyak mungkin. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016). Penelitian kualitatif dilakukan untuk menganalisis kehidupan sosial dengan cara menggambarkan dunia sosial dari sudut pandang atas interpretasi dari individu (informan) dalam latar alamiah (Sudaryono, 2017).

Menurut Creswell penelitian kualitatif sebagai gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terperinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif (Bungin, 2015). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya membangun pandangan orang yang diteliti secara rinci serta dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik (menyeluruh dan mendalam) dan rumit (Tohirin, 2012). Penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan (Sukmadinata, 2011).

Untuk sumber data, penelitian ini menggunakan informan berupa Ivo Herawati yang merupakan pemilik usaha *Ivo Wedding Organizer*. Kemudian, seorang karyawannya bernama Fadhil. Serta lima orang pelanggan di antaranya, Rizkri, Nuraini, Lady, Dessi, Ica, Putri, Siska, Ari, Fadli, dan Hera. Teknik mengumpulkan data menggunakan data primer, observasi, serta data sekunder yang terbagi dari kumpulan buku-buku, artikel, majalah, media online, website, serta catatan harian atau kegiatan. Maka, Penelitian kualitatif deskriptif dipilih dalam penelitian ini karena untuk menjelaskan sedalam-dalamnya tentang apa-apa saja yang digunakan dalam strategi komunikasi pemasaran dalam mengembangkan usaha *Wedding Organizer* dimasa new normal pada study kasus Ivora organizer. Dalam penelitian ini dibutuhkan pemahaman yang lebih detail dan mendalam.

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Sejarah Ivora Organizer

Ivora Organizer secara sederhana merupakan kegiatan yang bergerak dibidang pelayanan atau jasa dimana Ivora Organizer merupakan usaha Wedding dan Event Planner di kota Medan. Ivora Organizer digagas oleh Ivo Herawati yang merupakan Founder dari Ivora Organizer. Sedari duduk dibangku Sekolah Menengah Atas Ivo Herawati sudah aktif mengikuti lomba pidato, pembawa berita, dan lomba business plan, serta menjadi Mc diberbagai acara. Tidak hanya itu saja di tahun 2018 Ivo juga pernah mendapat kesempatan menjadi perwakilan untuk Indonesia dalam ajang perlombaan di tingkat internasional, yakni Internasional Youth Inventor Awards dan berhasil membawa pulang medali emas. Ivo Herawati juga merupakan juara Duta Muslimah Preneur Favorit Nasional di tahun 2019. Ivo Herawati yang merupakan Founder dari Ivora Organizer bergerak dibidang Wedding dan Event Planner di kota Medan sudah menggeluti bidang ini sejak tahun 2018.

Ivo Herawati juga merupakan bagian dari Himpunan Perusahaan Penata Acara Pernikahan Indonesia (HASTANA) sejak tahun 2020. Hal ini membuat Ivora Organizer sudah masuk kedalam Lesensi Resmi *Wedding Organizer* Berbadan Hukum di Indonesia. Baergabungnya Ivo Herawati sebagai founder Ivora Organizer ke HASTANA merupakan perkumpulan sesama penata acara yang juga biasa disebut *Wedding Planer* atau *Wedding Organizer* untuk menjadi tempat mediator dalam setiap kendala yang di hadapi oleh *Wedding Organizer* juga menjadi tempat bertukar informasi mengenai jasa industri pernikahan serta pelatihan bagi pengusaha *Wedding Organizer* untuk menjadi *Wedding Organizer* yang berdedikasi tinggi, ramah, penuh tanggung jawab, mandiri, kreatif, inovatif serta berorientasi nasional & Internasional. Ivora Organizer juga mendapat sertifikat dari Hastana yang telah menjadi training. Bergabungnya Ivo Herawati ke HASTANA menjadi nilai tambah untuk Ivora Organizer sebagai wedding yang sudah mendapatkan pelatihan dalam membuka usaha dibidang jasa *Wedding Planer* atau *Wedding Organizer*.

Saat ini Ivora Organizer terletak di Jalan Eka Surya kompleks Grand Monaco Blok J No 11 Deli Tua, Kec. Namorambe, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Jika dilihat dari segi pemilihan lokasi tempat tersebut dapat dinilai strategis karena terletak pada jalan besar utama dan kompleks yang mudah diakses.



Gambar 1.1

Foto Lokasi Ivora Organizer Area Komplek

Visi dan Misi Ivora Organizer

Visi dan misi membantu menyelaraskan sumber daya organisasi dengan tepat untuk mencapai masa depan yang sukses. Pernyataan dari sebuah visi dan misi memberikan titik fokus yang membantu menyelesaikan semua orang dengan organisasi, sehingga dapat memastikan bahwa setiap orang bekerja untuk satu tujuan. Hal ini membantu meningkatnya efisiensi dan produktivitas (Yam, 2020).

Sejalan dengan berdirinya Ivora Organizer suatu keinginan yang pasti diharapkan oleh setiap usaha program yang terarah dan terstruktur dan bentuk visi dan misi Ivora Organizer. Visi dan misi sebuah usaha akan menjadi acuan dalam menentukan kebijakan strategi komunikasi yang akan dikerjakan dalam program kerja demi suksesnya visi dan misi usaha untuk menuju kualitas dan profesional.

Dengan hal tersebut, maka semua lapisan yang terkait dengan usaha ikut mendukung kebijakan yang mengacu pada visi dan misi usaha, sehingga hal tersebut dapat menumbuhkan komitmen bersama untuk mengembangkan Ivora Organizer. Berikut visi dan misi Ivora Organizer:

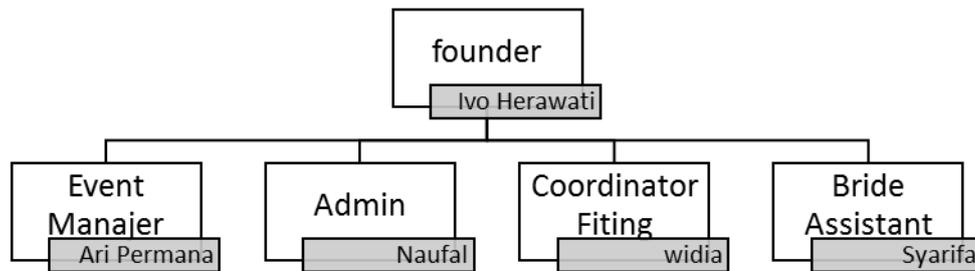
visi

- a. sebagai wadah lapangan pekerjaan bagi anak muda
- b. sebagai wadah anak muda yang ingin melatih skill dalam pengembangan ide

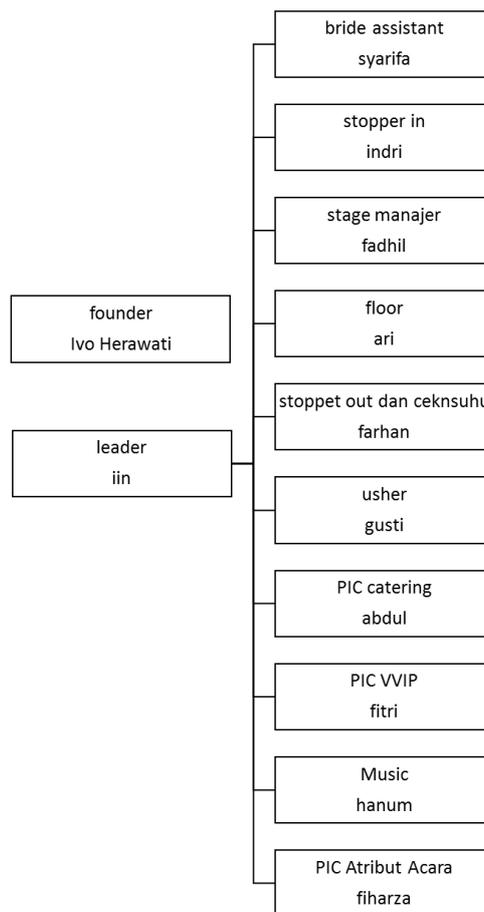
misi

- a. menciptakan anak muda yang tumbuh dengan ide-ide yang dapat diaplikasikan
- b. menciptakan anak muda yang penuh dengan kreatifitas

Nama Pengurus dan Jabatan Ivora Organizer



Struktur Ivora Organizer



Struktur lapangan Ivora Organizer 1

Strategi Komunikasi Pemasaran Ivora Organizer

Personal selling merupakan suatu bentuk komunikasi tatap muka dimana penjual berusaha membujuk calon pembeli barang atau jasa perusahaannya atau bentuk komunikasi antar individu dimana tenaga penjual menginformasikan, mendidik, dan melakukan persuasi kepada calon pembeli untuk membeli produk atau jasa perusahaan (Ganiem & Kurnia, 2019). Keuntungan dari Bazar atau Expo yaitu dapat mendengarkan kebutuhan pelanggan yang kemudian dapat disesuaikan nantinya agar pelanggan difokuskan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan Ivora Organizer. Untuk meningkatkan hubungan antara Ivora Organizer dan pelanggan komunikasi secara langsung dapat memberikan manfaat maksimal. Jika apa yang disampaikan secara langsung bisa dirasakan oleh pelanggan maka pelanggan tersebut akan menjadi loyal terhadap usaha Ivora Organizer.

Sebelum pandemi Covid-19 Ivora Organizer aktif promosi penjualan di media online yang membantu menarik perhatian konsumen dan menawarkan undangan untuk melakukan transaksi dengan memberikan berbagai jenis insentif. Yang terpenting dalam promosi penjualan yaitu berhasil menarik minat konsumen yang ada dan minat dari calon konsumen yang lain. Keuntungan utama dari melakukan promosi di media online yakni menjangkau lebih banyak pelanggan yang tersebar secara geografis. Pelanggan biasanya umumnya akan cenderung lebih percaya bahwasanya mereka yang iklannya secara besar akan menawarkan nilai-nilai yang bagus juga.

Ketika Ivora Organizer sedang merambah pemasaran untuk promosi ke media online di awal tahun 2021 menjadi masa buat Ivora Organizer untuk melebarkan platform penjualannya ke media online. Namun, ketika Covid-19 menyerang Indonesia. Seluruh perekonomian Indonesia menalami penurunan. Termasuk Ivo yang mengaku resah karena belum tau pada saat itu apakah vendor yang sudah diberi uang muka itu tetap bisa mengerjakan acara di tanggal lain. Apalagi, Ivo mengatakan pihak dari klien dan dirinya belum dapat memprediksi kapan masalah Corona berakhir.

Ivo mengatakan bahwa:

“kami tidak tahu vendor itu available di hari yang ditentukan atau tidak.”

Begitu pula dengan Ivora Organizer yang terkena dampaknya. Ketika ditanya dampak Corona yang berdampak pada *Wedding Organizer*nya Ivo mengatakan bahwa:

“50 persen lebih ada, karena kami sudah panjar ke vendor”.

Ivo mengatakan pendapatannya menurun lebih dari 50 persen sejak Corona mewabah. Dia juga berharap masalah Corona dapat segera berakhir.

Ivora Herawaty mengatakan bahwa:

“Merasa kerugian karena harus membayar DP ke vendor-vendor dan 50% lebih sudah bayar ke vendor. Sempat sekitar 3 bulan kita benar-benar sama sekali gak ada event anjlok bisa dibilang. Tahun lalu kita sama sekali gak ada pergerakan kita mengisi waktu untuk kumpul dengan tim cari solusi untuk bisa mulai kembali dengan prokes”.

Ivo mengatakan bahwa :

“Kita akui omset kita menurun tapi hal itu tidak membuat kita menjadi patah semangat artinya pada saat turun omset kita malah lebih keras lagi buat kerja, lebih semangat lagi buat promosi, buat algoritma instagram kita agar bisa hight angkanya, bisa dilihat banyak orang meskipun mereka belum tentu booking tanggal dikita artinya orang itu inget aja itu uda suatu pencapaian yang bagus.”

Product (produk)

Ivora *Wedding Organizer* memiliki fasilitas terhadap jasa yang mereka sediakan untuk para pelanggan yang ingin menggunakan jasa mereka. Baik produk maupun jasa maupun salah satu dari keputusan yang penting dalam ruang lingkup dari kegiatan bisnis. Ivo sebagai informan dan juga pemilik Ivora Organizer mengatakan bahwa:

“Kalau produk atau jasa yang sampai saat ini yang pernah kami tangani itu kami menggunakan layanan jasa wedding planner pastinya, MC atau master of ceremony, kalo gak mau ribet ada yang all package yang udah termasuk didalamnya decoration, attire, fulband and sound system, usher, crew’s wo on the day MUA, catering, dancer, photography, event’s concept, dan henna klien bisa berkonsultasi tanpa ada batasan karena sudah mengambil paket lengkapnya. Dengan adanya paket lengkap, klien tidak lagi repot berkoordinasi dengan banyak pihak. Cukup dengan bantuan Wedding Organizer saja yang akan mengurus segala kebutuhan. Bisa juga meminta masukan dalam pemilihan konsep shingga dalam pengaturan budget. Dan tentu saja ini sangat membantu supaya nantinya klien jadi tidak salah pilih. Kita membantu memilihkan vendor vendor yang memang sesuai dengan konsep dan budget. Dan pernah juga kami menangani jasa ulang tahun dan acara-acara lain seperti launching produk atau event gathering tapi tetep kami lebih fokus ke acara pernikahan sejauh ini.”

Sudah banyak pelanggan yang merasa terbantu atas hadirnya *Wedding Organizer* dan sudah menjadi bagian lengkap jika suatu acara pernikahan diorganisir oleh *Wedding Organizer*. Dari beberapa postingan yang telah lalu di media sosial Instagram yang juga sebagai portofolio Ivora Organizer memang lebih fokus untuk menjadi spesialis dalam menangani *Wedding Organizer* namun memang sempat beberapa kali menangani event gathering atau acara seperti launching produk yang dibagikan di halaman instagram Ivora Organizer.



Gambar. 1.2

Foto pelanggan di Intagram Ivora Organizer

Price (Harga)

Dalam soal harga Ivora Organizer selalu menomor satukan kualitas. Di dalam bauran pemasaran harga termasuk kedalam kategori pemasukan. Menempatkan harga juga penting dan sangat kompleks karena di dalamnya berhubungan langsung terhadap penghasilan keseluruhan usaha bisnis. Tidak hanya dilihat dari keuntungan yang akan didapat perusahaan namun biasanya juga lebih kepada nilai konsumen serta masalah persaingan yang ada di dalamnya.

Penempatan harga sangatlah penting untuk mencapai pendapatan yang perusahaan inginkan. Harga termasuk kedalam strategi usaha bisnis dimana pemasaran yang memiliki peran dominan yang cukup penting. Harga akan mencerminkan suatu pendapatan apabila dikaitkan dengan jumlah jasa yang nantinya yang dapat terrealisasikan oleh perusahaan. Persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis namun Ivora Organizer yakin setiap usaha punya keunikan masing-masing serta memiliki ciri khas masing-masing begitu pula Ivora Organizer yang menonjolkan anak muda yang kreatif, inovatif, inspiratif tapi bisa membuat konsep acara yang berbeda. Dalam masalah harga Ivora Organizer menggunakan harga yang sesuai terhadap setiap pelanggannya. Ivo sebagai informan dan juga pemilik Ivora Organizer mengatakan bahwa:

“Banyak dari pelanggan kami yang tau Ivora itu dari Instagram. Tapi jika semisalnya pelanggan kami mendapat informasi tentang Ivora dari pihak ketiga, maka pihak ketiga nanti akan mendapatkan bayaran beberapa persen dengan catatan pelanggan tersebut nantinya benar-benar menggunakan jasa Ivora di hari pernikahannya. Kami selalu menanyakan kepada pelanggan dari mana mereka tau Ivora Organizer. biasanya kami mengadakan 4 atau lima kali pertemuan. Pertemuan pertama dia bisa milih salah satunya yang dia seneng karekan portofolionya ada di Instagram kayak dekor dia juga millih mau yang mana konsepnya seperti apa sama saya juga nanyak dulu gedungnya dimana karena gedung itu pasti berbeda setiap dekornya misal gedung yang ukuran kecil pasti harga dekornya berbeda sama muatan orangnya berapa itukan juga semua harus kita perincikan makannya sebelum deal-dealan harga kita tanyak dulu spesifiknya tamunya berapa orang, terus juga gedungnya dimana kayak gitu dan itu juga terkait akomodasi, biasanya mem fixkan dekornya seperti ini, konsep bajunya maunya seperti ini, catheringnya totalnya segini dan pertemuan pertama ini juga belum tentu DP. Jadi pertemuan pertama hanya kenalan dulu istilahnya gak belik kucing dalam karung. Karena biasanyakan dari WA dari DM juga.”

Dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan harga Ivo selaku pemilik *Wedding Organizer* harus menyepakati semua detail kebutuhan pengantin karena akan berbeda harga disetiap acara serta hal-hal yang terkait didalamnya. Pemilihan gedung juga menjadi alasan harga dapat berbeda karena dari jauhnya jarak menuju acara terhadap anggota Ivora Organizer yang nantinya akan berpengaruh ke nilai akomodasi serta hal lain seperti dekorasi gedung dan jumlah tamu yang diundang diacara pernikahan. Hal ini agar tidak membuat kesalah pahaman antara pelanggan kepada *Wedding Organizer* nantinya. Maka harga merupakan nominal yang berbeda setiap pelanggannya tergantung dari kesepakatan yang sudah disepakati dari pihak *Wedding Organizer* maupun pelanggan itu sendiri. Setiap kebutuhan pernikahan berbeda-beda setiap acara tidak bisa dipatokkan nominal harganya.

Promotion (promosi)

Ivo sebagai informan mengatakan jika:

“Bisnisnya sebenarnya meningkat karena udah new normal dan kemarin kan sempat tertunda jadi yang tertunda itu dialokasikan di tahun 2021. Ada peningkatan sekitar 75-80 persen karena kebetulan kita sudah full setiap minggu dan sudah terlist hingga akhir tahun. wedding sudah mulai berkembang tapi untuk protokol kesehatannya kita buat sebaik mungkin agar tamu berani datang kalau kenaikan sudah 50 persen. Dengan adanya pelaksanaan vaksin ini kita arapkan semua dapat berjalan normal kembali dan membaik. Ketika tahun 2020 Ivora Organizer berada dalam posisi mati suri. Kalau ditahun 2020 sekitar dibulan tiga kita benar-benar sama sekali tidak ada event anjlok lah bisa dibilang. Kalau kita kan sama sekali gak ada event. Tapi kita gak patah semangat. Jadi kita isi dengan buat konten itu yang menarik karena ketika masuk new normal kita harapkan mereka akan ingat ternyata ada Ivora Organizer.”

Salah satu pernyataan informan Risky yang menggunakan jasa Ivora Organizer mengatakan:

“Saya menggunakan jasa pernikahan dari Ivora Organizer. Tau Ivora Organizer itu dari Instagram. Alasan kenapa saya percaya menggunakan WO ini karena awalnya saya lihat Instagram mereka aktif dan banyak ngepost contoh pernikahan gitu. Lalu saya tanya-tanya sama mereka buat bandingin sama beberapa WO yang sudah saya sama pasangan saya siapkan buat bahan pertimbangan aja. Seneng sama Ivo juga cepet respon pas kami tanya-tanya. Abis itu kami ketemu buat nanyak lebih detail dan ngasi tau keinginan kami abis itu gak lama dari itu langsung tanda tangan kontrak. Dan review dari kami Ivora Organizer bagus persiapannya, kami juga di handle dari awal semuanya dan fullcover banget buat kita semua urusan kita jadi lancar buat engagement ini.”

Risky yang telah menjadi pelanggan dari Ivora Organizer mengaku bahwa keyakinan menggunakan Ivora Organizer karena Instagram Ivora Organizer aktif dalam membagikan potongan tentang pernikahan dari pelanggan terdahulu. Risky juga senang ketika Ivo selaku Founder Ivora Organizer cukup cepat dalam merespon pertanyaan Risky.

Salah satu pernyataan informan Nuraini yang menggunakan jasa Ivora Organizer mengatakan:

“Benar saya menggunakan WO dari Ivora. Saya tau Ivora dari Instagram yang direkomendasikan teman. Simple si, saya paling ingat disalah satu postingan Instagramnya ada dulu Indra Kenz promosiin Ivora dan itu buat saya mikir wah berarti Ivora memang WO yang bagus kan karena di promosiin influencer. Akhirnya setelah itu berunding dengan suami akhirnya kami pakek lah Ivora Organizer. Semua terhendel dengan baik, semua permintaan kami ini-itu di penuhi semuanya”.

Nuraini mengaku percaya menggunakan Ivora Organizer karena postingan di Instagram Ivora Organizer menggunakan salah seorang influencer dalam mempromosikannya. Hal ini menjadi nilai tambah dalam kepercayaan pelanggan karena influencer merupakan orang yang dikenal banyak orang dan dapat mempengaruhi orang lain karena kapasitas diri yang dimilikinya.

Salah satu pernyataan informan Dessy yang menggunakan jasa Ivora Organizer mengatakan:

“Benar saya pakai jasa dari Ivora Organizer untuk pernikahan saya. Saya tau Ivora dari Instagram waktu itu. Yakin menggunakan WO dari Ivo karena postingan-postingannya. Sempet juga saya liat ada testimoni dari Pak Wagub karena sudah menghadiri acara yg WO nya dari Ivo kan. Ivo juga cukup jelas dalam menjelaskan keperluan-keperluan buat nikah gitu dari awal sampai acara selalu menemani kita, terstruktur, ramah-ramah juga crewnya, terus lincah, ligat, gerak cepat untuk memenuhi semua yang kita butuhkan.”

Dessy mengakui jika percaya menggunakan Ivora Organizer karena postingan- postingan Ivora Organizer dari testimoni Wagub. Ivo selaku founder juga menjelaskan keperluan-keperluan buat acara pernikahan Dessy dengan jelas.

Salah satu pernyataan informan Ica yang menggunakan jasa Ivora Organizer mengatakan:

“Iya betul pakai Ivora Organizer kemaren. Tau WO nya kemaren nyarik-nyarik di Instagram. Bisa yakin kemaren karena WO dari Ivo saya liat uda berlesensi gitu di postingannya kan. Sempat nanyak-nayak juga, abistu banding-banding sana sini akhirnya yakin buat tanda tangan kontrak sama Ivora Organizer. selama acara seru banget crewnya juga baik-baik banget, ramah-ramah banget acaranya juga meriah banget pokoknya the Best.”

Pernyataan informan Ica bahwa mengetahui Ivora Organizer melalui Instagram. Ica juga mengaku percaya menggunakan WO Ivora Organizer karena Ivora sudah memiliki lesensi berbadan hukum dari HASTANA dimana ini merupakan wadah untuk mengasah bagaimana menjadi Wedding Planer.

Salah satu pernyataan informan Putri yang menggunakan jasa Ivora Organizer mengatakan:

“Iya saya menggunakan jasa pernikahan dari Ivora Organizer. Saya taunya itu dari sosial media Instagram si. Saya yakin kemaren itu menggunakan Ivora karena liat-liat Instagramnya punya followers banyak, postingan di Instagramnya banyak, terus ngehubungi yang punya buat langsung tanya-tanya biar gampang buat bandingin. Akhirnya yakin deh milih Ivora. Teamnya kompak, ramah-ramah dan masi muda-muda jadi gampang untuk komunikasi”.

Salah satu pernyataan informan Siska yang menggunakan jasa Ivora Organizer mengatakan:

“Iya saya pakai Wo dari Ivora Organizer. Saya taunya Ivora itu dari Instagram karena gampang membandingkan WO ini dan itu ya dari instagram. Menggunakan Ivora karena setelah di bandingkan lebih condong buat milih Ivora si liat dari postingannya, reviewnya, prokesnya juga bagus. Acaranya bagus banget, semuanya sesuai dengan schedule tertata dengan sedemikian rupa pokoknya Ivora keren”.

Pelanggan yakin menggunakan jasa Ivora Organizer karena melihat dari apa yang posting di Instagram membuat pertimbangan baik dari segi sudut pandang Siska. Karena new normal pelanggan juga akan memikirkan hal-hal yang sudah ditetapkan oleh pemerintah agar acara dapat terlaksana dengan baik tanpa gangguan nantinya.

Salah satu pernyataan informan Ari yang menggunakan jasa Ivora Organizer mengatakan:

“Iya saya paka Ivora Organizer. Saya taunya ivora dari Instagram karena liat postingannya dan cukup aktif juga mereka menggunakan Instagram dari konten-kontennya yang banyak saya liat. Saya yakin menggunakan Ivora di pernikahan saya karena sudah membandingkan dengan WO yang lain Ivora memberikan penawaran yang terbaiklah. acaranya sangat memuaskan dimana diakomodir dan disusun secara tertib sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku”.

Ari selaku pelanggan puas dengan penawaran terbaik yang diberikan Ivora Organizer. Sama pentingnya dalam menjaga prokes yang membuat pelanggan tenang dengan jasa dari Ivora karena hasilnya memuaskan pelanggan.

Salah satu pernyataan informan Fadli yang menggunakan jasa Ivora Organizer mengatakan:

“Benar saya pakai jasa Ivora Organizer. Bisa kenal Ivora dari Instagram. Cepat respon dan kelengkapan paket yang ditawarkan kemarin jadi alasan buat saya pakai jasa Ivora Organizer. Tenaga dari Ivora professional semua mantap.”

Menjadi pelaku bisnis membuat Ivo banyak menampung permintaan klien. Fadli menjadi pelanggan yang merasa Ivora menjadi tenaga professional karena sudah menangani acaranya dengan baik. Serta respon yang cepat dan paket yang lengkap menjadi alasannya.”

Salah satu pernyataan informan Hera yang menggunakan jasa Ivora Organizer mengatakan:

“ Iya betul saya menggunakan Ivora Organizer. taunya itu dari pencarian di Instagram. Alasannya karena setelah banyak pertimbangan melihat Ivora dari yang pernah ada job sebelumnya terus dikasi usulan-usulan juga dan nanyak-nyak juga akhirnya condong buat pakai WO Ivora Organizer aja. Saya merasa sangat terbantu, bagus dari awal hingga akhir dan teratur”. Pelanggan Heran yakin dengan Ivora disebabkan karena pertimbangan serta usulan dari Ivo dari Job yang sebelumnya akhirnya membuat Hera yakin menggakan jasa dari Ivora Organnizer.

Dalam hal ini dapat menyimpulkan bahwa hal lain yang dilakukan Ivo untuk menarik pelanggan dengan cara promosi di sosial media instagram di hampir setiap tanggal cantik serta memberi pelayanan gratis handsinitizer ketika acara pernikahan berlangsung sebagai pelayanan terhadap pelanggan.

Fadhil sebagai informan sekaligus crew dari Ivora Organizer mengatakan:

“Biar sesuai anjuran dari pemerintah makannya sebelum masuk ke acara kami mengarahkan tamu untuk menggunakan handsinitizer supaya prokes jalan dan acara tetap sama-sama nyaman buat semua yang ada di dalam acara.”

Salah satu langkah antisipasi infeksi virus corona adalah memeriksa mencuci tangan. Maka dari itu, di sejumlah tempat menerapkan mencuci tangan. Ivora organizer juga berupaya mengantisipasi penularan wabah virus corona. Sesuai dengan protokol kesehatan maka sebelum memasuki acara pernikahan maka para tamu dianjurkan untuk melakukan pemeriksaan suhu tubuh serta pemberian handsinitizer.

Place (tempat)

Tempat merupakan wadah yang digunakan unntuk memasarkan produk dan jasa. Tempat juga merupakan hal penting yang merupakan bentuk dari suatu kegiatan oleh perusahaan bisnis untuk menawarkan jasanya atau produknya.

Ivo sebagai informan mengatakan bahwa:

“Jalan Metrologi Johor catel pangkalan Mahsyur Medan itu dirumah saya awal sekali tempat Ivora Organizer. Sekarang pindah di Jalan Eka Surya komplek Grand Monaco Blok J No 11 pindah karena sudah bisa menyewa tempat usaha sendiri, sebelumnya masih di rumah sendiri walaupun sebenarnya lebih sering kalau jumpa pelanggan itu diluar, jarang sekali dirumah. Karena sudah mulai meningkat usaha jadi memilih untuk sewa.”



Foto 1.3

Foto ruangan Ivora Organizer

Tempat yang biasa digunakan Ivora Organizer untuk pemasaran yakni Jalan Eka Surya komplek Grand Monaco Blok J No 11. Memilih untuk pindah tempat karena merasa sudah bisa untuk menyewa tempat baru agar tidak dirumah pribadi lagi. Hasil dari usaha yang berkembang membuat Ivora pindah ketempat barunya.

SIMPULAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran dalam mengembangkan usaha *Wedding Organizer* Ivora di masa new normal sebagai berikut, Place: Ivora Organizer di dalam menjalankan usahanya ini, sekarang sudah dapat memiliki tempat pribadi dalam membangun usaha bisnisnya. Walau sebelumnya ia melakukan bisnis ini memilih untuk di rumah sendiri sebagai tempat kegiatan, namun sekarang sudah dapat menyewa sendiri dari hasil bisnis yang dijalani. Price: untuk harga Ivo selaku pemilik usaha selalu memberikan keselarasan harga yang sesuai dengan budget dari pelanggan. Product: Ivora Organizer memiliki paket lengkap all package yang sudah termasuk didalamnya decoration, attire, fulband and sound system, usher, crew's wo on the day, MUA, catering, dancer, photography, event's concept, dan henna yang bisa dapet diskon 25% jika menggunakannya. Promotion: di masa new normal Ivo selaku pemilik usaha turut aktif mempromosikan usahanya melalui media online Instagram seperti melalui influencer, diskon, gratis hand sinitizer, dan masih banyak lagi.

REFERENSI

- Bungin, B. (2015). *Penelitian Kualitatif*. RajaGrafindo.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ganiem, L. M., & Kurnia, E. (2019). *Komunikasi korporat : konteks teoritis dan praktis*. Pranamedia Grup.
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak COVID-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *EduPsyCouns Journal*, 147.
- Mas'udi, W., & Winanti, P. S. (2020). *New Normal: Perubahan Sosial Ekonomi dan Politik Akibat Covid-19*. UGM Press.
- Moeloeng, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif (revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mubarrok, U. . (2018). *Penerapan SWOT Balanced Scorecard pada Perencanaan Strategi Bisnis*. Jakad Publishing.
- Muhyiddin. (2020). Covid19, New Normal dan Perencanaan Pembangunan di Indonesia. *The Indonesian Journal of Development Planning*, 246.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Purba, B. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- Sudaryono. (2017). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode penelitian pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Sutaryo. (2020). *BUKU PRAKTIS PENYAKIT VIRUS CORONA 19 (COVID-19)* (Sutaryo (ed.)). UGM Press.
- Swaesti, E. (2021). *Covid-19: Buku Pedoman Pencegahan dan Penanganan Corona Virus*. Javalitera.
- Tohirin. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. RajaGrafindo.
- Yam, J. H. (2020). *Manajemen Strategi*. Nas Media Pustaka.