

## Komunikasi Persuasif Wedding Organizer Dalam Menyelenggarakan Event Pernikahan

**Alfan Irham Ramadhani\***, Anne Ratnasari

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\* alfanirham10@gmail.com, anneratnasari10@gmail.com

**Abstract.** Humans as social creatures depend on communication and language to fulfill their needs and survive, with persuasive communication being an important key, especially for wedding organizers like Megrashy Wedding Planner. In the digital era, social media is effective for building brand awareness. Megrashy Wedding Planner, with its good reputation, unique wedding concept, and artist involvement, uses Instagram and platforms like Bridestory to attract prospective brides and grooms in Bandung. This research aims to analyze the persuasive communication tactics used by wedding organizers at wedding events. To analyze the management of Instagram as a medium for promoting Wedding Organizers in organizing wedding events. To analyze testimonials as an advantage of Wedding Organizer Megrashy Wedding Planner in organizing wedding events. Using a constructivist paradigm, qualitative methods, and a case study approach, this research uses symbolic interactionism theory and triangulation techniques to verify data through observation and interviews. The research results show that Megrashy Wedding Planner is effective in using attractive visual content and personal interactions to attract clients, as well as managing Instagram with a strategy that involves trend research and the use of influencers. Client testimonials are used transparently to build reputation and trust, strengthening Megrashy's position as a trusted wedding organizer.

**Keywords:** *Persuasive communication, Wedding Organizer, Instagram.*

**Abstrak.** Manusia sebagai makhluk sosial bergantung pada komunikasi dan bahasa untuk memenuhi kebutuhan dan kelangsungan hidup, dengan komunikasi persuasif menjadi kunci penting, terutama bagi wedding organizer seperti Megrashy Wedding Planner. Di era digital, media sosial efektif untuk membangun brand awareness. Megrashy Wedding Planner, dengan reputasi baik, konsep pernikahan unik, dan keterlibatan artis, menggunakan Instagram dan platform seperti Bridestory untuk menarik calon pengantin di Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis taktik komunikasi persuasif yang dilakukan wedding organizer dalam event pernikahan. Untuk menganalisis pengelolaan Instagram sebagai media untuk mempromosikan Wedding Organizer dalam menyelenggarakan event pernikahan. Untuk menganalisis testimoni menjadi sebuah keunggulan Wedding Organizer Megrashy Wedding Planner dalam menyelenggarakan event pernikahan. Dengan paradigma konstruktivis, metode kualitatif, dan pendekatan studi kasus, penelitian ini menggunakan teori interaksionisme simbolik serta teknik triangulasi untuk verifikasi data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan Megrashy Wedding Planner efektif menggunakan konten visual menarik dan interaksi personal untuk menarik klien, serta mengelola Instagram dengan strategi yang melibatkan riset tren dan penggunaan influencer. Testimoni klien digunakan secara transparan untuk membangun reputasi dan kepercayaan, memperkuat posisi Megrashy sebagai wedding organizer terpercaya.

**Kata Kunci:** *Komunikasi Persuasif, Wedding Organizer, Instagram.*

## A. Pendahuluan

Manusia, sebagai makhluk sosial, sangat bergantung pada interaksi dengan sesamanya untuk memenuhi kebutuhan hidup (Muhammad Givansyah & Palapah, 2023). Interaksi ini tidak hanya mencakup pemenuhan kebutuhan fisik tetapi juga kebutuhan emosional dan sosial, yang semuanya dicapai melalui komunikasi. Bahasa berperan sebagai alat utama dalam proses ini, memungkinkan manusia untuk mengekspresikan ide, keinginan, dan perasaan, serta menciptakan rasa aman, harmoni, dan pemahaman bersama.

Seiring dengan perkembangan masyarakat dan teknologi, komunikasi yang efektif menjadi semakin penting. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan jelas dan tepat memungkinkan individu untuk memahami lingkungannya, mengakses informasi yang relevan, dan merespons perubahan sosial. Lebih dari itu, komunikasi yang efektif juga penting untuk memenuhi kebutuhan personal dan sosial dalam masyarakat yang semakin kompleks.

Di antara berbagai bentuk komunikasi, komunikasi persuasif memiliki peran yang sangat penting. Komunikasi persuasif bertujuan untuk memengaruhi pandangan dan perilaku orang lain melalui pendekatan psikologis yang halus namun kuat. Keahlian ini sangat dibutuhkan, terutama dalam menciptakan informasi yang meyakinkan, membangun citra yang baik, dan membangun kepercayaan di antara pihak-pihak yang terlibat.

Salah satu konteks di mana komunikasi persuasif memainkan peran krusial adalah dalam pernikahan. Pernikahan, yang merupakan ikatan emosional dan spiritual yang diakui oleh masyarakat dan negara, memiliki tujuan utama untuk membawa kebahagiaan dan pertumbuhan bagi pasangan yang terlibat. Dalam Islam, pernikahan juga dianggap sebagai sebuah institusi yang mengandung nilai-nilai spiritual dan kemanusiaan yang mendalam.

Untuk mempersiapkan momen pernikahan yang tak terlupakan, kehadiran jasa Wedding Organizer (WO) menjadi sangat penting. WO membantu calon pengantin dalam merencanakan dan menyelenggarakan pernikahan yang sesuai dengan harapan mereka, sekaligus memastikan bahwa setiap detail acara berjalan dengan lancar. Dalam Sumarsono (1) mendefinisikan Wedding Organizer sebagai lembaga atau badan yang khusus melayani jasa di bidang pernikahan, yang secara pribadi membantu calon pengantin dalam mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan acara sakral pernikahan, sehingga dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan.

Peran Wedding Organizer semakin signifikan seiring dengan pertumbuhan industri pernikahan di Indonesia. Dalam bukunya *Images* (2), diprediksi bahwa bisnis industri pernikahan di Indonesia akan terus meningkat, dengan lonjakan sebesar 20-30% pada tahun 2020. Peningkatan ini didorong oleh tingginya minat masyarakat untuk menggelar resepsi pernikahan di Indonesia. Kota Bandung, sebagai salah satu contoh, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah perusahaan wedding organizer. Pada awal tahun 2000-an, hanya terdapat 5 perusahaan wedding di Bandung, namun saat ini jumlah tersebut telah meningkat menjadi 110 perusahaan.

Salah satu Wedding Organizer yang menonjol di Kota Bandung adalah Megrashy Wedding Planner. Keberhasilannya tidak hanya ditunjang oleh layanan yang ditawarkan, tetapi juga oleh keaktifannya di media sosial. Megrashy Wedding Planner dikenal dengan konsep pernikahan yang unik dan terjangkau, gaya komunikasi yang santai namun tetap informatif, serta kehadiran personel boyband SM\*SH sebagai bagian dari staf, yang turut meningkatkan kepercayaan masyarakat. Keberhasilannya semakin diperkuat dengan pengelolaan acara pernikahan massal untuk 76 pasangan, yang semakin menambah daya tarik dan kredibilitasnya di mata publik.

Berdasarkan observasi, Megrashy Wedding Planner kini telah menjadi salah satu Wedding Organizer terpercaya di Bandung. Hal ini terlihat dari keberadaannya di Bridestory, sebuah platform pernikahan global yang menghubungkan calon pengantin dengan penyedia jasa pernikahan. Dengan jumlah pengikut Instagram mencapai 75,8 ribu, Megrashy Wedding Planner telah menjadi sumber rekomendasi utama bagi pasangan yang akan melangsungkan pernikahan.

Dalam penelitian berjudul "Komunikasi Persuasif Wedding Organizer Dalam Menyelenggarakan Event Pernikahan (Studi Kasus Pada WO Megrashy Wedding Planner di

Bandung)”, fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung keberhasilan komunikasi persuasif dalam konteks layanan Wedding Organizer. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi dan pendekatan komunikasi yang efektif dalam merancang dan menyelenggarakan acara pernikahan, serta bagaimana komunikasi tersebut dapat memengaruhi kepuasan dan kepercayaan klien. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk menganalisis taktik komunikasi persuasif yang dilakukan wedding organizer dalam event pernikahan.
2. Untuk menganalisis pengelolaan Tiktok dan Instagram sebagai media untuk mempromosikan Wedding Organizer dalam menyelenggarakan event pernikahan.
3. Untuk menganalisis testimoni menjadi sebuah keunggulan Wedding Organizer Megrashy Wedding Planner dalam menyelenggarakan event pernikahan.

## **B. Metodologi Penelitian**

Peneliti dalam studi ini menerapkan metode studi kasus untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai peran dan strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh Megrashy Wedding Planner. Menurut Nur'aini (3), studi kasus adalah jenis penelitian empiris yang memeriksa peristiwa atau kejadian yang terjadi dalam situasi kehidupan nyata. Metode ini memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis yang komprehensif terhadap fenomena yang sedang diteliti, dengan memberikan perhatian khusus pada desain dan pelaksanaan penelitian. Pendekatan ini bersifat kualitatif, yang berarti peneliti berfokus pada eksplorasi dan interpretasi mendalam terhadap data yang dikumpulkan, untuk mengungkap dinamika yang kompleks dan kontekstual di balik fenomena yang dipelajari.

Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan berbagai teknik yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang kaya dan relevan. Salah satu teknik utama yang digunakan adalah wawancara langsung dengan individu-individu kunci yang terlibat dalam operasional Megrashy Wedding Planner. Dalam hal ini, peneliti mewawancarai Alifia Meta, selaku owner Megrashy Wedding Planner, yang memberikan wawasan mendalam tentang visi, misi, dan strategi yang diterapkan dalam bisnisnya. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan Dwindika Rizky, yang menjabat sebagai Staff Divisi Media Sosial, untuk memahami bagaimana komunikasi digital dikelola dan peran media sosial dalam membangun hubungan dengan klien.

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap operasional Megrashy Wedding Planner. Observasi ini dilakukan baik secara langsung di lapangan maupun melalui analisis akun Instagram @megrashyweddingplanner. Dengan mengamati secara langsung bagaimana Megrashy Wedding Planner berinteraksi dengan klien dan audiens di media sosial, peneliti dapat mengidentifikasi pola komunikasi dan strategi persuasif yang digunakan. Observasi ini memberikan konteks tambahan yang sangat berharga dalam memahami bagaimana teori-teori komunikasi persuasif diterapkan dalam praktik.

Selain itu, peneliti juga melakukan dokumentasi sebagai bagian dari teknik pengumpulan data. Dokumentasi dilakukan selama proses wawancara dan juga melalui analisis konten yang dipublikasikan di akun Instagram @megrashyweddingplanner. Dokumentasi ini mencakup catatan tertulis, rekaman suara, serta pengumpulan gambar dan konten digital lainnya yang berkaitan dengan aktivitas Megrashy Wedding Planner. Pendekatan ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan tidak hanya mencerminkan perspektif subjektif narasumber, tetapi juga didukung oleh bukti-bukti nyata yang dapat dianalisis lebih lanjut.

Dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang komprehensif tentang bagaimana Megrashy Wedding Planner menggunakan komunikasi persuasif untuk menarik dan mempertahankan klien, serta bagaimana strategi ini berkontribusi terhadap kesuksesan mereka di industri pernikahan yang kompetitif.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Taktik Komunikasi Persuasif yang Dilakukan Wedding Organizer Dalam Menyelenggarakan Event Pernikahan**

Dalam industri pernikahan yang sangat kompetitif, Wedding Organizer (WO) seperti Megrashy

Wedding Planner menggunakan berbagai taktik komunikasi persuasif untuk menarik dan mempertahankan klien. Mereka memanfaatkan konten visual berkualitas tinggi, seperti foto dan video, untuk menampilkan estetika dan detail-detail acara yang memukau. Konten ini dirancang tidak hanya untuk menunjukkan kualitas layanan, tetapi juga untuk membangkitkan emosi calon klien. Dengan menampilkan momen-momen indah dari pernikahan sebelumnya, Megrashy Wedding Planner mampu menghubungkan perasaan calon klien dengan harapan dan impian mereka untuk hari pernikahan yang sempurna.

Pengemasan konten yang dihasilkan oleh Megrashy Wedding Planner sangat sesuai dengan definisi konten yang dikemukakan oleh Simarmarta (4), di mana konten dijelaskan sebagai pokok, tipe, atau unit dari informasi digital yang dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan, dan lain-lain. Megrashy Wedding Planner memanfaatkan berbagai format konten ini untuk menciptakan narasi visual yang menarik dan informatif, memungkinkan calon klien untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai bagaimana acara mereka akan diwujudkan.

Selain itu, Megrashy Wedding Planner juga menerapkan strategi konsultasi awal gratis yang personal sebagai cara efektif untuk membangun hubungan yang kuat dengan klien potensial. Pendekatan ini sejalan dengan teori interaksi yang dijelaskan oleh Larson (5), di mana persuader membentuk audiens yang dituju melalui pemberian interaksi positif awal sebelum membuat permintaan utama. Dengan memberikan saran yang disesuaikan selama sesi konsultasi, Megrashy Wedding Planner menciptakan lingkungan yang nyaman dan penuh kepercayaan, di mana klien merasa didengar dan dihargai. Hal ini tidak hanya meningkatkan rasa percaya klien, tetapi juga membangun fondasi untuk kolaborasi yang lebih mendalam dan keputusan yang lebih mudah saat harus menyetujui detail acara yang kompleks.

Pendekatan ini juga diiringi dengan strategi dukungan dari media sosial dan influencer, yang memungkinkan Megrashy Wedding Planner untuk mencapai audiens yang lebih luas dan memperkuat citra brand mereka di mata publik. Kolaborasi dengan influencer yang memiliki pengaruh kuat di media sosial membantu meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pemasaran, sehingga menarik lebih banyak calon klien.

Dengan kombinasi antara konten visual yang emosional, pendekatan konsultasi yang personal, dan dukungan dari media sosial serta influencer, Megrashy Wedding Planner berhasil menciptakan komunikasi persuasif yang efektif. Ini tidak hanya membangun reputasi yang solid dan terpercaya di industri pernikahan, tetapi juga menegaskan profesionalisme mereka serta perhatian yang mendalam terhadap kebutuhan dan keinginan setiap klien. Strategi komunikasi yang terfokus ini menjadi kunci dalam memenangkan kepercayaan klien dan menciptakan pengalaman pernikahan yang tak terlupakan.

### **Pengelolaan Instagram Sebagai Media Untuk Mempromosikan Wedding Organizer Dalam Menyelenggarakan Event Pernikahan**

Megrashy Wedding Planner telah menunjukkan keahliannya dalam menggunakan Instagram sebagai platform yang sangat efektif untuk mempromosikan layanan penyelenggaraan pernikahan mereka. Melalui penggunaan konten visual yang menarik, seperti foto dan video berkualitas tinggi, mereka mampu menampilkan estetika dan detail pernikahan dengan cara yang memukau. Konten visual ini bukan hanya sekadar gambar, tetapi merupakan representasi artistik dari visi dan gaya yang diusung oleh Megrashy, yang bertujuan untuk menarik perhatian dan memikat calon klien.

Salah satu strategi kunci yang digunakan oleh Megrashy Wedding Planner adalah memanfaatkan pengaruh selebgram yang ada dalam tim mereka. Dengan melibatkan selebgram, mereka tidak hanya memperluas jangkauan audiens tetapi juga meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan calon klien. Pengaruh selebgram dalam tim memungkinkan konten yang dipublikasikan untuk mencapai audiens yang lebih luas dan lebih beragam, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan calon klien.

Merujuk pada teori media sosial yang diungkapkan oleh Nasrullah (6), media sosial adalah alat yang memudahkan promosi bisnis karena dapat diakses oleh banyak orang secara luas dan mudah. Ini sangat relevan dengan pendekatan yang diambil oleh Megrashy Wedding Planner, di mana mereka mengemas konten di media sosial sebagai alat promosi utama. Dengan

mengoptimalkan penggunaan Instagram, mereka berhasil menjangkau audiens yang lebih luas dan menciptakan awareness terhadap brand mereka. Konten yang dikemas dengan cermat ini tidak hanya berfungsi sebagai promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk berbagi informasi dan berinteraksi langsung dengan audiens.

Dalam proses pembuatan dan pengemasan konten di Instagram, Megrashy Wedding Planner juga mengadopsi pendekatan yang dijelaskan oleh Putra et al (7), di mana mereka menyisipkan simbol-simbol komunikasi media sosial seperti hashtag (#). Hashtag ini tidak hanya berfungsi sebagai ikon atau simbol komunikasi di media sosial, tetapi juga sebagai alat untuk pengelompokan informasi dan untuk melacak jangkauan penyebaran informasi tersebut. Dengan menggunakan hashtag yang tepat, Megrashy dapat mengukur sejauh mana informasi mengenai layanan mereka telah menyebar dan mendapatkan respons dari masyarakat, termasuk jumlah likes, komentar, dan pengikut yang menggunakan hashtag tersebut.

Mengacu pada teori media sosial yang dikemukakan oleh Dailey (8), yang menjelaskan bahwa media sosial adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang mudah diakses dan terukur, Megrashy Wedding Planner menerapkan proses manajemen komunikasi yang sistematis. Mereka tidak hanya mengunggah konten secara acak, tetapi setiap konten yang dipublikasikan, mulai dari infografis, video informatif, hingga testimoni, dikemas dengan baik berdasarkan hasil riset tren terbaru dan direncanakan dalam sebuah content planner bulanan. Proses ini memastikan bahwa setiap konten memiliki tujuan dan strategi yang jelas, sehingga mampu menarik perhatian audiens yang lebih luas dan efektif dalam meningkatkan penjualan jasa mereka.

Dengan kombinasi strategi yang terencana dengan baik, pengemasan konten yang menarik, serta penggunaan teknologi dan simbol komunikasi yang tepat, Megrashy Wedding Planner berhasil menciptakan kehadiran yang kuat di media sosial, khususnya Instagram. Hal ini tidak hanya membantu mereka menarik perhatian massa yang lebih luas, tetapi juga memperkuat brand mereka sebagai penyelenggara pernikahan yang profesional dan terpercaya, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan penjualan jasa mereka.

### **Testimoni Menjadi Sebuah Keunggulan Wedding Organizer Megrashy Wedding Planner Dalam Menyelenggarakan Event Pernikahan**

Megrashy Wedding Planner telah berhasil memanfaatkan testimoni dari klien yang puas sebagai salah satu keunggulan kompetitif utama mereka dalam industri pernikahan. Dengan menampilkan testimoni ini secara terbuka, mereka tidak hanya membuktikan kualitas layanan yang mereka tawarkan, tetapi juga membangun kepercayaan yang kuat di antara calon klien. Setiap testimoni yang dibagikan oleh klien merupakan cerminan nyata dari pengalaman positif yang mereka alami, memberikan gambaran konkret mengenai dedikasi dan profesionalisme Megrashy Wedding Planner dalam mewujudkan pernikahan impian.

Testimoni yang diberikan oleh klien tidak hanya berfungsi sebagai pengakuan atas layanan berkualitas tinggi yang ditawarkan oleh Megrashy Wedding Planner, tetapi juga menjadi alat yang sangat efektif untuk membangun kepercayaan calon klien. Dalam industri yang sangat bergantung pada reputasi dan rekomendasi, kepercayaan adalah elemen kunci. Melalui testimoni, calon klien dapat melihat bukti konkret dari keberhasilan dan kepuasan klien sebelumnya, yang pada akhirnya membantu mereka merasa lebih yakin dalam memilih Megrashy Wedding Planner sebagai mitra dalam merencanakan hari istimewa mereka.

Merujuk pada teori kepercayaan yang dikemukakan oleh Moodiningsih (9), membangun kepercayaan pada orang lain merupakan proses yang kompleks dan tidak mudah. Kepercayaan terbentuk melalui rangkaian perilaku yang konsisten antara pihak yang memberikan kepercayaan dan pihak yang dipercayakan. Dalam konteks ini, Megrashy Wedding Planner telah menunjukkan melalui tindakan nyata—dalam bentuk pelayanan yang memuaskan dan hasil yang sesuai dengan harapan klien—bahwa mereka layak mendapatkan kepercayaan dari calon klien mereka. Testimoni positif yang mereka kumpulkan dan publikasikan merupakan salah satu cara untuk memperkuat hubungan kepercayaan ini, memberikan calon klien keyakinan bahwa mereka dapat mengandalkan Megrashy untuk mengelola setiap detail penting dari pernikahan mereka dengan penuh perhatian.

Lebih jauh, teori interaksionisme simbolis yang dijelaskan oleh Littlejohn (10)

mengajarkan bahwa manusia terus berinteraksi satu sama lain, berbagi tindakan tertentu, dan memahami kejadian-kejadian dalam cara yang sesuai dengan pengalaman sosial mereka. Dalam konteks ini, testimoni berfungsi sebagai simbol dari pengalaman positif yang dialami oleh klien sebelumnya, yang kemudian dibagikan dan dipahami oleh calon klien sebagai indikator dari kualitas layanan yang dapat mereka harapkan. Interaksi melalui testimoni ini tidak hanya membentuk persepsi positif terhadap Megrashy Wedding Planner, tetapi juga memperkuat ikatan emosional antara mereka dan calon klien.

Strategi Megrashy Wedding Planner dalam memanfaatkan testimoni ini mencakup beberapa elemen kunci. Pertama, mereka menyediakan platform yang mudah diakses bagi klien untuk memberikan dan melihat testimoni, baik melalui situs web mereka, media sosial, maupun platform ulasan lainnya. Kedua, mereka memberikan tanggapan yang profesional terhadap setiap umpan balik yang diterima, menunjukkan bahwa mereka menghargai setiap pendapat dan berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka. Ketiga, mereka melakukan analisis mendalam terhadap pola dan tren yang teridentifikasi dari testimoni yang mereka terima, sehingga dapat terus mengoptimalkan layanan mereka sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen yang semakin cerdas dan kritis.

Dengan pendekatan yang terstruktur ini, Megrashy Wedding Planner tidak hanya berhasil mempengaruhi persepsi sosial positif di kalangan audiens mereka, tetapi juga menguatkan posisi mereka sebagai pilihan yang dapat diandalkan dalam merencanakan pernikahan yang sempurna. Mereka terus mengadaptasi dan mengembangkan taktik komunikasi mereka untuk memastikan bahwa setiap interaksi dengan klien—baik yang sudah ada maupun yang potensial—menciptakan pengalaman yang positif dan membangun kepercayaan yang berkelanjutan. Dalam industri yang sangat kompetitif ini, kemampuan untuk merespons secara efektif terhadap harapan dan kebutuhan konsumen adalah kunci kesuksesan, dan Megrashy Wedding Planner telah menunjukkan bahwa mereka memiliki keunggulan dalam aspek ini.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Megrashy Wedding Planner menggunakan taktik komunikasi persuasif yang efektif untuk menarik dan mempertahankan klien dalam industri pernikahan yang sangat kompetitif. Taktik ini meliputi: konten visual menarik berupa penggunaan foto dan video berkualitas tinggi dari acara yang mereka selenggarakan, yang tidak hanya menunjukkan estetika dan detail perencanaan, tetapi juga membangkitkan emosi calon klien. Hal ini membangun kepercayaan dan ketertarikan terhadap layanan mereka. Interaksi personal berupa konsultasi awal secara gratis Megrashy untuk mendengarkan keinginan dan kebutuhan calon klien, menciptakan hubungan yang kuat dan kepercayaan. Klien merasa dihargai dan lebih yakin bahwa Megrashy akan memberikan perhatian penuh pada detail acara mereka. Dengan menggabungkan kedua pendekatan ini, Megrashy Wedding Planner berhasil menarik perhatian, membangun kepercayaan, dan memenangkan hati calon klien. Pendekatan terstruktur ini tidak hanya membantu Megrashy menarik lebih banyak klien, tetapi juga membangun reputasi yang kuat dan terpercaya dalam industri pernikahan.
2. Megrashy Wedding Planner mengelola Instagram secara efektif untuk menarik calon klien dan meningkatkan penjualan jasa dengan tahapan berikut, Diskusi tim dapat menyelaraskan tujuan dan membagi tugas dengan jelas. Riset tren konten untuk mengikuti tren konten populer untuk memastikan relevansi dan daya tarik. Content Planner membuat rencana konten bulanan untuk mengorganisir unggahan. Pembuatan konten membuat konten menarik sesuai rencana. Pengemasan konten menyajikan konten informatif dan menarik, seperti infografis, video. Penggunaan media sosial memanfaatkan Instagram untuk menampilkan portofolio, berbagi tips, dan berinteraksi dengan audiens. Penggunaan Influencer menggunakan influencer untuk memperluas jangkauan dan membangun kepercayaan. Dengan langkah-langkah ini, Megrashy Wedding Planner berhasil membuat konten yang menarik, meningkatkan interaksi

dengan audiens, dan menarik lebih banyak klien, membangun reputasi kuat dan terpercaya dalam industri pernikahan.

3. Megrashy Wedding Planner menggunakan testimoni klien secara efektif untuk membangun reputasi dan kepercayaan melalui langkah-langkah berikut: Transparansi dan kepercayaan untuk menampilkan testimoni jujur dan terbuka, termasuk saran perbaikan, menunjukkan keterbukaan terhadap umpan balik. Platform testimoni yang mudah diakses menyediakan tempat bagi klien untuk memberi dan membaca testimoni di situs web dan media sosial. Menanggapi dan menghargai testimoni menanggapi testimoni dengan profesionalisme dan apresiasi, menunjukkan penghargaan terhadap umpan balik. Mengidentifikasi pola dan tren untuk menganalisis testimoni untuk menemukan pola kepuasan dan area yang perlu perbaikan. Melalui penggunaan testimoni yang efektif, Megrashy Wedding Planner dapat membuktikan kualitas layanan, membangun kepercayaan, dan meningkatkan pengaruh sosial, memperkuat posisinya sebagai wedding organizer yang terpercaya dan pilihan utama bagi pasangan yang akan menikah.

### Acknowledge

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, atas nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat Menyusun skripsi ini hingga selesai. Penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kedua orang tua yang luar biasa. Terimakasih kepada Prof. Dr. Atie Rachmatie.Dra.,M.Si. dan juga kepada Ibu Dr. Ani Yuningsih Dra.,M.Si. yang telah membantu dalam keberlangsungan pengerjaan skripsi ini. Terimakasih kepada Dr. Anne Ratnasari Dra., M.Si. yang telah membimbing saya dan juga memberi arahan dalam skripsi ini. Tidak lupa kepada para informan terkait yang telah membantu dalam penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- [1] Sumarsono. (2007) *Sosiolinguistik* PT. Buku Kita.
- [2] Images, D. (2022). *Kaya Dari Bisnis Wedding Organizer*. Pustaka Ananda Srva.
- [3] Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *INERSIA: LNformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1), 92–104.
- [4] Simarmata. (2010). *Rekayasa Perangkat Lunak*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- [5] Larson, C. U. (2004). *Persuasion: Reception and Responsibility*. Thomson Learning.
- [6] Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. CV. Simbiosia Rekatama Media.
- [7] Putra, R. P., Yulianita, N., Hamdan, Y., & Ratnasari, A. (2018). Analisis Brand Equity Perusahaan Melalui Media Sosial (Studi Kasus pada Bagian Media Komunikasi PT. Pos Indonesia Persero). *Idea : Jurnal Humaniora*, 50–62. <https://doi.org/10.29313/idea.v0i0.4173>
- [8] Dailey, Patrick R. (2009). *Social Media: Finding Its Way into Your Business*
- [9] *Strategy and Culture*. Burlington, Linkage
- [10] Moodiningsih. (2017). Trust is a Psychological State. 11–24.
- [11] Littlejohn, S. W. (2009). *Theories of Human Communication* (9th ed.). Salemba Humanika.
- [12] Muhammad Givansyah, & Palapah, M. A. O. (2023). Tinjauan Kognisi Sosial Mahasiswa Fikom Unisba. *Jurnal Riset Public Relations*, 125–132. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.3126>