

# **TUGAS AKHIR**

## **PENANGANAN PEMASARAN PAKET PERNIKAHAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN BRIDESTORY PADA ESMERALDA WEDDINGS & DECORATION**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**I Kadek Surya Pramudya Putra**

**JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

**TUGAS AKHIR**

**PENANGANAN PEMASARAN PAKET PERNIKAHAN  
MELALUI MEDIA SOSIAL DAN BRIDESTORY  
PADA ESMERALDA WEDDINGS & DECORATION**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

Oleh  
**I Kadek Surya Pramudya Putra**  
**NIM 1915813011**

**PROGRAM STUDI DIII USAHA PERJALANAN  
WISATA JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

**PENANGANAN PEMASARAN PAKET PERNIKAHAN  
MELALUI MEDIA SOSIAL DAN BRIDESTORY  
PADA ESMERALDA WEDDINGS & DECORATION**

Oleh  
**I Kadek Surya Pramudya Putra**  
NIM 1915813011

Tugas Akhir ini Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III pada Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

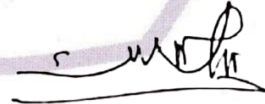
Disetujui oleh:

Pembimbing I,



**Dra.A.A. Ayu Ngurah Harmini, M. Par**  
NIP 195912091990112001

Pembimbing II,



**Dra. Cokorda Istri Sri Widhari, M.M**  
NIP 196801171993032001

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

Disahkan oleh  
Jurusan Pariwisata



**Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D.**  
NIP 196312281990102001

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Kadek Surya Pramudya Putra  
NIM : 1915813011  
Program Studi : Diploma 3 Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata  
Politeknik Negeri Bali

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

**“PENANGANAN PEMASARAN PAKET PERNIKAHAN MELALUI  
MEDIA SOSIAL DAN BRIDESTORY  
PADA ESMERALDA WEDDINGS & DECORATION”**

Benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Badung, Agustus 2022



Yang membuat pernyataan

Nama : I Kadek Surya Pramudya Putra

NIM : 1915813011

PS: Diploma 3 Usaha Perjalanan Wisata  
Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu. Tugas Akhir yang berjudul “Penanganan Pemasaran Paket Pernikahan melalui Media Sosial dan Bridestory pada Esmeralda Weddings & Decoration.” ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.

Dalam Penulisan Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari adanya hambatan dan kendala selama proses penulisan Tugas Akhir ini, namun atas bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak penulis dapat mengatasi gangguan dan hambatan tersebut dengan baik sehingga, penulisan dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE, M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh Pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Pariwisata yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
3. Drs. Ginaya, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.

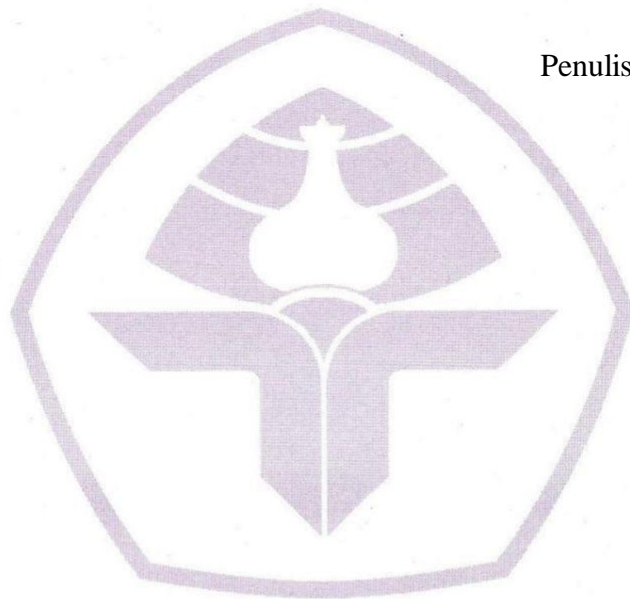
4. Drs. I Wayan Basi Arjana, MITHM selaku Kaprodi D III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
5. Dra.A.A. Ayu Ngurah Harmini, M. Par selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penulisan Tugas Akhir.
6. Dra. Cokorda Istri Sri Widhari, M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi di dalam penulisan Tugas Akhir.
7. Dra. Ni Made Rai Erawati, M. Par, MMTHRL selaku Koordinator PKL Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.
8. Putu Surya Laksana Rahjasa, S.Tr.Par., M.Tr.Par., CEE. selaku Event and Production Director Esmeralda Weddings and Decoration.
9. Queency Esmeralda S.Tr.Par. selaku Wedding and Decoration Director Esmeralda Wedding and Decoration.
10. Semua karyawan Esmeralda Weddings & Decoration yang telah membantu penulis dalam memberi data-data yang berhubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir ini.
11. Kedua Orang Tua saya dan teman-teman serta semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan Tugas Akhir ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih ada kekurang baik dari segi materi, sistematika, maupun bahasanya, dan masih kurang dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang dapat memotivasi serta membangun dari berbagai pihak demi membantu untuk

menyempurnakan Tugas Akhir ini. Penulis berharap dengan adanya Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak kedepannya.

Badung, Agustus 2022

Penulis



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI



## DAFTAR ISI

Isi	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan .....	5
1. Tujuan Penulisan .....	5
2. Kegunaan Penulisan .....	5
D. Metodologi Penyusunan Tugas Akhir.....	6
1. Metode dan Teknik Pengumpulan Data .....	6
2. Metode dan Teknik Analisis Data .....	8
3. Metode dan Teknik Penyajian Hasil Analisis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
A. Pengertian Penanganan .....	10
B. Marketing .....	11
C. Strategi Marketing Mix .....	11
D. <i>Digital Marketing</i> .....	13
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	13
2. Saluran <i>Digital Marketing</i> .....	14



E. Event Organizer.....	17
F. Wedding Organizer .....	18
G. Pengertian Vendor.....	19
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>20</b>
A. Lokasi dan Sejarah Perusahaan .....	20
1. Lokasi Perusahaan .....	20
2. Sejarah Perusahaan.....	21
B. Bidang Usaha dan Fasilitas Perusahaan .....	23
1. Bidang Usaha Perusahaan .....	23
2. Fasilitas Perusahaan .....	24
C. Struktur Organisasi Perusahaan .....	25
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
A. Penanganan Pemasaran Paket Pernikahan melalui Media Sosial dan Bridestory pada Esmeralda Weddings & Decoration .....	30
1. Tahap Perencanaan Pembuatan Paket Pernikahan .....	31
2. Tahap Pembuatan Paket Pernikahan .....	37
3. Tahap Pemasaran Paket Pernikahan.....	40
B. Kendala yang Timbul dalam Proses Penanganan Pemasaran Paket Pernikahan melalui Media Sosial dan Bridestory pada Esmeralda Weddings & Decoration .....	48
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>51</b>
A. Simpulan.....	51
B. Saran.....	52

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Lokasi Esmeralda Company Group .....	20
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Esmeralda Company Group .....	25
Gambar 4.1 Flow Chart Penanganan Pemasaran Paket Pernikahan .....	30
Gambar 4.2 Price List Vendor.....	34
Gambar 4.3 Pemilihan Filter Instagram .....	41
Gambar 4.4 Dashboard Profil Bisnis Bridestory.....	43
Gambar 4.5 Menambahkan Produk Baru.....	43
Gambar 4.6 Deskripsi Produk .....	44
Gambar 4.7 Instagram Insight Postingan .....	46
Gambar 4.8 Instagram Insight Selama Bulan Juni 2022 .....	47

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Fasilitas Esmeralda Company Group .....	24
---	----



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR LAMPIRAN

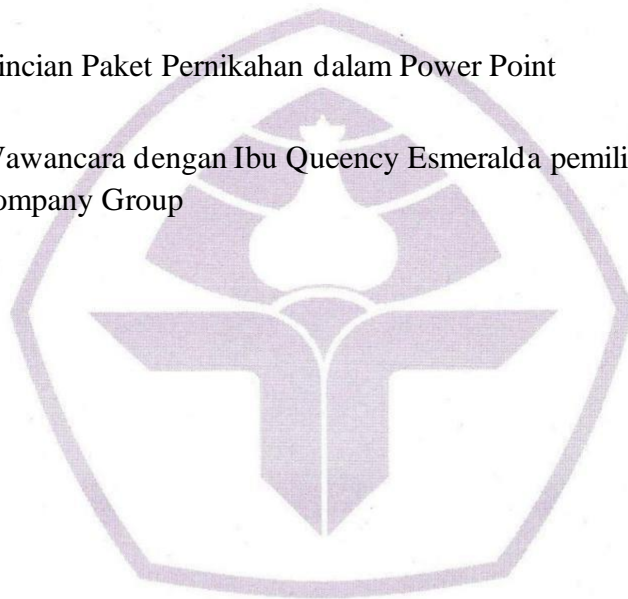
Lampiran 1.: Paket Pernikahan yang diunggah di Instagram

Lampiran 2.: Daftar Album pada Bridestory

Lampiran 3.: Paket Pernikahan yang diunggah di Facebook

Lampiran 4.: Rincian Paket Pernikahan dalam Power Point

Lampiran 5.: Wawancara dengan Ibu Queency Esmeralda pemilik dari Esmeralda Company Group



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pernikahan merupakan bentuk hubungan antar manusia yang paling sakral dan utama, sehingga setiap pasangan pastinya akan melakukan persiapan yang total untuk melangsungkan pernikahan. Sebagai sebuah momen yang hanya berlangsung sekali seumur hidup, tentunya kemas sebuah pernikahan akan dibuat dan dipersiapkan sebaik mungkin. Persiapan pernikahan yang diurus sendiri terkadang dapat menimbulkan masalah-masalah yang tidak terduga. Hal ini dikarenakan banyaknya acara dan kebutuhan yang harus diurus, seperti pertimbangan dalam memilih lokasi yang strategis, menentukan konsep dan tema pernikahan, manajemen waktu, hingga pembayaran yang perlu dilakukan. Terlebih lagi minimnya informasi yang dapat dijadikan referensi dalam pengambilan keputusan tentang resepsi pernikahan, membuat banyak orang kewalahan dalam mempersiapkan pernikahan mereka secara mandiri. Dengan menggunakan bantuan dari penyedia jasa pernikahan, persiapan hingga prosesi pernikahan dapat dilakukan dengan mudah dan dapat menjadi solusi bagi pasangan yang kesulitan dalam mengatur waktu untuk mempersiapkan pernikahan mereka. Salah satu jasa yang biasanya digunakan adalah *wedding organizer*.

*Wedding organizer* (WO) adalah suatu jasa yang memberikan pelayanan secara pribadi dengan tujuan untuk membantu calon pengantin dan keluarga

calon pengantin mulai dari perencanaan (*planning*) sampai tahap pelaksanaan pernikahan. Kesibukan dari masing-masing calon membuat mereka memiliki keterbatasan waktu untuk mempersiapkan pernikahan sesuai dengan apa yang mereka inginkan, sehingga hal ini dapat mempengaruhi eksekusi dari prosesi pernikahan mereka. *Wedding organizer* mampu memberikan informasi mengenai berbagai macam hal yang berhubungan dengan acara pernikahan dan membantu merumuskan segala hal yang dibutuhkan saat pernikahan. Penyediaan jasa *wedding organizer* juga dituntut untuk menjadi mediator antara keluarga kedua belah pihak, sehingga prosesi pernikahan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh calon pengantin maupun keluarga. Eksistensi dari sebuah usaha *wedding organizer* mendorong terjadinya persaingan untuk memberikan penawaran terbaik kepada para calon konsumen agar dapat mengenang moment terbaik dalam hidup mereka. Persaingan yang ketat membuat para pelaku bisnis pada bidang *wedding organizer* atau sejenisnya dituntut dapat menonjolkan usaha yang dimiliki, sehingga dapat menarik minat para calon konsumen dan mempertahankan eksistensinya. Salah satu cara yang harus dilakukan adalah dengan melakukan pemasaran yang berbasis teknologi terhadap produk yang ditawarkan maupun usaha yang dijalankan sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini yang sudah serba *digital*.

Perkembangan teknologi yang sudah semakin *digital* mendorong terjadinya perkembangan dalam proses pemasaran yang semakin modern. Pemasaran secara konvensional yang pada awalnya dilakukan dengan media fisik seperti



brosur, spanduk, dan banner, saat ini banyak dilakukan dengan menggunakan teknologi berbasis digital untuk menjangkau target pasar yang lebih luas atau dikenal dengan istilah pemasaran *digital* atau *digital marketing*.

Menurut Sanjaya dan Tarigan (2009), *digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media *digital*, seperti *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, dan berbagai macam media sosial lainnya. Dengan pemanfaatan pemasaran *digital*, perusahaan mampu menambah cakupan target konsumen yang lebih besar daripada menggunakan metode pemasaran secara konvensional. Kelebihan *digital marketing* dalam pemasaran diklaim mampu menjangkau semua kalangan, kapan pun, dimana pun, dan dengan cara apapun. Tentu sangat jauh lebih unggul daripada *marketing* konvensional yang hanya terbatas waktu, lokasi, dan jangkauan pengguna. Kelebihan dari *digital marketing* relatif lebih cepat, mudah, dan murah digital dapat menjangkau konsumen yang luas dan mendunia. Pengguna *digital marketing* seperti teknik iklan di media *online* dan iklan di sosial media tentu dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, para pebisnis memanfaatkan pemasaran *digital* untuk melakukan pemasaran agar dapat bersaing secara global dan memberikan dampak positif bagi pemasukan perusahaan.

Esmeralda Weddings & Decoration merupakan usaha yang bergerak pada bidang jasa *wedding organizer*, yang mana menawarkan jasa *wedding* mulai dari persiapan pernikahan seperti membantu calon klien untuk memvisualisasikan atau mewujudkan tema dan konsep pernikahan yang



diinginkan, merekomendasikan vendor-vendor terbaik untuk mewujudkan pernikahan impian mereka, hingga membantu dalam mengeksekusi pada saat berlangsungnya pernikahan. Dalam memasarkan jasanya, Esmeralda Weddings & Decoration juga melakukan pemasaran dengan menggunakan media *digital*. Adapun jenis *digital marketing* yang digunakan oleh Esmeralda Weddings & Decoration yaitu *marketplace* dan media sosial seperti *Bridestory*, *Instagram*, dan *Facebook*. Dengan menggunakan media *digital* dalam memasarkan produk yang dimiliki, Esmeralda Weddings & Decoration berharap mampu memperluas jangkauan konsumen serta meningkatkan *brand awareness* terhadap perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengangkat judul yang berkaitan dengan penerapan *digital marketing* secara nyata pada sebuah perusahaan. Maka dari itu, penulis akan menulis secara lebih dalam mengenai penerapan *digital marketing* yang dilakukan oleh Esmeralda Weddings & Decoration untuk memasarkan produk dan jasanya dengan topik “Penanganan Pemasaran Paket Pernikahan melalui Media Sosial dan Bridestory pada Esmeralda Weddings & Decoration.” Pada penulisan Tugas Akhir ini lebih berfokus pada pembahasan terkait penggunaan *Instagram* sebagai media pemasaran *digital* pada Esmeralda Weddings & Decoration.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi pokok permasalahan yaitu:

1. Bagaimana penanganan pemasaran paket pernikahan melalui media sosial

dan Bridestory pada Esmeralda Weddings & Decoration?

2. Kendala apa yang dihadapi dalam melakukan pemasaran paket pernikahan melalui media sosial dan Bridestory pada Esmeralda Weddings & Decoration dan bagaimana solusi untuk mengatasi kendala tersebut?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan Tugas Akhir**

#### **1. Tujuan Penulisan Tugas Akhir**

Adapun tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini yaitu:

- a. Untuk mendeskripsikan penanganan pemasaran paket pernikahan melalui media sosial dan Bridestory pada Esmeralda Weddings & Decoration.
- b. Untuk memaparkan kendala yang dihadapi serta solusinya, dalam penanganan pemasaran paket pernikahan melalui media sosial dan Bridestory pada Esmeralda Weddings & Decoration.

#### **2. Kegunaan Penulisan**

Adapun kegunaan dari penulisan Tugas Akhir ini yaitu:

- a. Bagi Mahasiswa

Dengan penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dalam meningkatkan penguasaan terhadap ilmu pengetahuan yang diperoleh dan dipelajari selama penulis menuntut ilmu di lingkungan Politeknik Negeri Bali dan perusahaan. Selain itu, penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III (D3) Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Dengan penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada Civitas Akademika Politeknik Negeri Bali tentang penanganan *digital marketing* pada Esmeralda Weddings & Decoration. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk meningkatkan mutu dan kualitas Pendidikan di Politeknik Negeri Bali. Serta, pihak kampus dapat mengetahui sejauh mana kemampuan mahasiswa dan mahasiswi dalam memahami teori yang didapatkan di Kampus.

c. Bagi Perusahaan

Dengan penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi perusahaan dalam mengevaluasi kinerja yang ada dalam perusahaan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang.

#### **D. Metodologi Penyusunan Tugas Akhir**

Adapun metode dan teknik yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini antara lain:

##### **1. Metode dan Teknik Pengumpulan Data**

Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data sebagai pendukung penulisan Tugas Akhir ini yaitu:

a. Metode observasi

Metode observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung, disertai dengan

pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Menurut Suharsimi Arikunto (dalam Syafnidawaty, 2020), observasi merupakan pengamatan langsung terhadap suatu objek yang ada di lingkungan yang sedang berlangsung meliputi berbagai aktivitas perhatian terhadap kajian objek dengan menggunakan penginderaan.

Penerapan metode ini dilaksanakan dengan teknik mencatat dan melakukan dokumentasi berupa foto – foto

b. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara melakukan komunikasi lisan berupa tanya jawab yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanya jawab dapat dilakukan secara terstruktur maupun bebas menyesuaikan arah pembicaraan, namun tetap terarah atau tetap berpedoman pada pertanyaan - pertanyaan yang ingin ditanyakan.

Penerapan metode ini dilaksanakan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada *owner* Esmeralda Weddings & Decoration. Pertanyaan yang diajukan berpedoman pada pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan dan dikembangkan secara spontan untuk menunjang data yang diperlukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Adapun teknik yang digunakan dalam penerapan metode ini adalah mencatat dan rekam apabila dibutuhkan

c. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan salah satu kegiatan untuk

menghimpun informasi atau data-data yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian atau dalam hal ini penyusunan Tugas Akhir. Menurut Sarwono (dalam Fauziah, 2021), pengertian studi Pustaka merupakan kegiatan mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis dan berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti.

Penerapan metode ini dilaksanakan dengan cara mengumpulkan informasi dan data-data terkait topik yang diangkat melalui sumber informasi dari Tugas Akhir terdahulu, internet, dan sumber-sumber lain baik tertulis maupun tidak tertulis yang berkaitan dengan topik yang diangkat.

## **2. Metode dan Teknik Analisis Data**

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Menurut Winartha (dalam Aziz, 2014), metode deskriptif kualitatif merupakan teknik menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.

Metode ini digunakan untuk memaparkan secara deskriptif dan sistematis data-data yang telah dikumpulkan melalui hasil observasi, wawancara, dan studi kepustakaan yang telah dilakukan, sehingga diperoleh informasi atau kesimpulan yang jelas dan mudah dipahami oleh orang lain.



### 3. Metode dan Teknik Penyajian Hasil Analisis

Menurut Sudaryanto (dalam Haspari, 2016), metode penyajian hasil analisis data dibagi menjadi dua macam yaitu yang bersifat informal dan formal. Penyajian hasil analisis secara informal dilakukan dengan cara merumuskan hasil analisis menggunakan kata-kata biasa. Sedangkan metode formal dilakukan dengan merumuskan hasil analisis menggunakan tanda-tanda dan lambang-lambang.

Teknik penyajian hasil analisis yang digunakan dalam peulisan Tugas Akhir ini yaitu gabungan antara metode formal dan informal. Penyajian hasil analisis juga akan dilengkapi dengan data-data berupa tabel, foto, maupun gambar dengan keterangan yang dirangkaimenggunakan kata-kata sendiri berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan oleh penulis.

JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Dari pembahasan yang telah dibahas pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa penanganan pemasaran paket pernikahan melalui media sosial dan Bridestory pada Esmeralda Weddings & Decoration dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penanganan Pemasaran Paket Pernikahan melalui Media Sosial dan Bridestory pada Esmeralda Weddings & Decortion dilalui menjadi 3 (Tiga) tahapan yaitu : Tahap perencanaan paket pernikahan, pada tahap ini ada beberapa hal yang harus disiapkan sebelum pembuatan dan pemasaran paket pernikahan adalah mencari refernsi vendor yang akan dijadikan rekanan dalam paket pernikahan kemudian menghubungi vendor pilihan untuk bekerjasama dalam pembuatan paket pernikahan kemudian melakukan uji coba *standar* pelayanan pada masing - masing vendor dan melakukan *site inspection* atau survey lokasi dan selanjutnya tahap pembuatan paket pernikahan, beberapa hal yang harus dilakukan pada tahap ini meliputi; merancang paket pernikahan dengan menyatukan semua vendor-vendor pilihan kemudian pembuatan harga sesuai dengan kapasitas *venue*, pembuatan deskripsi yang berisikan terkait *service* yang berisi didalam paket pernikahan yang dibuat dan pembuatan desain berupa flayer. Tahapan akhir adalah tahap pemasaran dilakukan dengan cara mengunggah produk yang telah dibuat ke media sosial dan Bridestory dan



melakukan evaluasi terhadap pemasaran yang telah dilakukan dengan menggunakan Instagram *insight*. Pemasaran paket pernikahan melalui media social dan Bridestory dapat dilakukan dengan lancar dengan melalui beberapa tahapan yang harus dilalui.

Kendala yang dihadapi dalam saat Penanganan Pemasaran Paket Pernikahan melalui Media Sosial dan Bridestory pada Esmeralda Weddings & Decoration antara lain sebagai berikut: pembaruan dan perubahan *pricelist* yang ditetapkan masing – masing vendor yang membuat perbedaan harga dan *benefit* yang ditetapkan di awal kerjasama dan kendala kedua adalah masih kurangnya interaksi dari calon klien yang menjadi kendala dalam pemasaran. Namun untuk itu semua kendala yang dihadapi selama melakukan pemasaran paket pernikahan dapat diatasi dengan cara: Kendala yang pertama dapat diatasi dengan melakukan pembaruan paket yang telah dibuat perusahaan dua bulan sekali secara berkala. Kemudian untuk kendala yang kedua adalah melakukan promosi yang lebih luas salah satunya dengan melakukan promosi berbayar pada Instagram yang bertujuan agar mendapatkan jangkuan yang lebih luas lagi dan diharapkan agar mendapatkan interaksi yang lebih banyak dengan calon client.

## **B. Saran**

Dari pengamatan yang penulis lakukan di Esmeralda Wedding & Decoration khususnya dalam pemasaran paket pernikahan melalui media social dan Bridestory ada saran yang penulis sampaikan sebagai berikut.

Dalam menjalankan pemasaran paket pernikahan yang telah dilakukan

melalui media sosial dan Bridestory sebaiknya perusahaan membuat *website* yang dapat dikelola oleh perusahaan sendiri sehingga akan memudahkan calon pengantin dalam melakukan reservasi secara *online* dan melihat produk maupun konten yang dimiliki oleh perusahaan dalam satu situs *website* sekaligus dapat dijadikan media promosi baru.



JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, M. S. 2014. *Perancangan sistem informasi akuntansi penjualan dan persediaan pada Koperasi Mahasiswa UIN Maliki Malang*. Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring*. Retrieved from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Dewi, S. R. 2014. *Pembangunan Online Marketplace Untuk Pengusaha Mikro Di Pasty*. SI thesis, UAJY.
- Fauziah, N. 2021. *Implementasi Pemberdayaan Perempuan Guna Menunjang Pembangunan Ekonomi (Analisis Pemberdayaan Perempuan Dalam Bidang Ekonomi Melalui Jurnal)*. Undergraduate Thesis thesis, UIN Raden Fatah Palembang.
- Hapsari, S. K. 2016. *Pelanggaran Prinsip Kerja Sama dan Implikatur dalam Acara "Raja Gombal" di Trans 7: (Suatu Pendekatan Pragmatik)*. Institutional Repository UNS.
- Ida, R. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Persepsi Harga Sebagai Variabel Moderating (Survei Pada Konsumen Pizza Hut Cabang Madiun)*. Skripsi (SI) thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Maya Hiregar, G. 2020. *Analisis Digital Marketing Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Desa Wisata Kabupaten Magetan*. Skripsi (SI) thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Paramitha, D. H. 2021. *Upaya Assyifa Enterprise Wedding Organizer Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Instagram*. Skripsi thesis, Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Silviana, M. 2020. *Koleksi Nasional*. Retrieved from One Search Indonesia by PERPUSNAS: <https://onsearch.id/Record/IOS14675.329#holdings>
- Solihin, I. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Syafnidawaty. 2020. *Observasi*. Retrieved from Universitas Raharja: <https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/#:~:text=Suharsimi%20Arikunto%3A%20Observasi%20merupakan%20pengamatan,kajian%20objek%20dengan%20menggunakan%20penginderaan>

