

Analisis Pengaruh Komunikasi Antar Tim Wedding Organizer Aurora terhadap Kepuasan Klien dalam Persiapan Acara Pernikahan

An Analysis of the Influence of Communication Between Wedding Teams Organizer Aurora on Client Satisfaction in Wedding Event Preparation

Vera Triananda, Ida Jalilah Fitria¹

¹Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

Narahubung: Vera Triananda¹, email: vera10322010@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:
Diajukan: 28/07/2025
Diterima: 28/07/2025
Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci:
Komunikasi, Kepuasan Klien, Event Organizer

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana komunikasi antar tim dalam perusahaan Wedding Organizer Aurora memengaruhi tingkat kepuasan klien selama proses persiapan acara pernikahan. Sebagai salah satu penyedia jasa yang bergerak di bidang perencanaan dan pelaksanaan acara pernikahan, Wedding Organizer Aurora memiliki struktur organisasi yang terdiri dari beberapa tim yang bertanggung jawab atas berbagai aspek, seperti dekorasi, dokumentasi, catering, hiburan, dll. Efektivitas komunikasi antar tim tersebut penting dalam memastikan bahwa setiap persiapan acara berjalan sesuai dengan ekspektasi klien. Kurangnya koordinasi dan miskomunikasi dapat berdampak pada keterlambatan, ketidaksesuaian konsep, dan pada akhirnya menurunkan tingkat kepuasan klien. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi internal yang terstruktur, konsisten, dan kolaboratif antar tim merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan klien. Temuan ini memberikan solusi penting bagi manajemen Organizer Aurora dalam merancang sistem komunikasi internal yang lebih efektif, termasuk pelatihan komunikasi antar tim, penggunaan teknologi, dan evaluasi rutin terhadap alur koordinasi proyek.

A B S T R A C T

This study aims to analyze in depth how inter-team communication within Aurora Wedding Organizer affects client satisfaction levels during the wedding preparation process. As a service provider engaged in the planning and execution of wedding events, Aurora Wedding Organizer has an organizational structure consisting of several teams responsible for various aspects, such as decoration, documentation, catering, entertainment, etc. Effective communication between these teams is crucial in ensuring that every event preparation runs according to client expectations. Lack of coordination and miscommunication can result in delays, mismatched concepts, and ultimately lower client satisfaction levels. This study concludes that consistent, consistent, and collaborative internal communication between teams is a key factor in increasing client satisfaction. These findings provide important solutions for Aurora Organizer management in designing a more effective internal communication system, including inter-team communication training, technology utilization, and regular evaluation of project coordination flows.

Keywords:
Communication, Client Satisfaction, Event Organizer

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i1>
7

e - ISSN: 2656-6362
p - ISSN: 2614-6681

©2025 Proceeding FRIMA, All rights reserved.

1. Pendahuluan

Pernikahan adalah salah satu momen paling sakral dan berharga dalam hidup seseorang. Karena makna mendalam inilah, pernikahan di Indonesia sejak dulu dirayakan secara istimewa. Dahulu, perayaan pernikahan lebih menekankan pada unsur sakral dan nilai-nilai religi. Namun seiring berjalananya waktu dan perkembangan zaman, pernikahan kini juga menjadi ajang untuk mengekspresikan keanggunan, keunikan, kemewahan, dan nilai-nilai estetika yang mencerminkan kepribadian pasangan yang menikah.

Adapun pasangan atau keluarganya yang tidak mau ribet untuk mengadakan persiapan upacara pernikahan. Banyak hal yang dapat membatasi ruang gerak calon pengantin dan keluarga untuk merencanakan pernikahan idaman, seperti keterbatasan waktu dan keterbatasan informasi dalam penyelenggaraan upacara pernikahan. Oleh karena itu adanya *Wedding Organizer* sangat penting dalam beberlangsungan acara pernikahan karena dapat membantu persiapan acara pernikahan dari awal sampai akhir.

Dalam dunia usaha, kepuasan konsumen menjadi salah satu prioritas utama yang ingin dicapai. Ketika konsumen merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima, hal ini tidak hanya mendorong kepercayaan, tetapi juga bisa membentuk loyalitas jangka panjang. Kepuasan semacam ini tentu membawa dampak positif, mulai dari meningkatnya penjualan hingga terbukanya peluang untuk mengembangkan usaha secara lebih kompetitif di tengah persaingan yang ketat. Oleh karena itu, menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan bukan hanya menjadi nilai tambah, melainkan juga kunci penting bagi keberlangsungan bisnis di masa depan.

Semakin banyaknya *Wedding Organizer* maka semakin banyak juga pesaing, masih adanya komplain yang masuk kepada Aurora wedding membuat Aurora wedding harus memperbanyak evaluasi terhadap timnya agar tidak ada penurunan minat konsumen terhadap Aurora wedding.

Serta keunggulan Aurora Wedding ini adalah menerima request dari klien terkait vendor atau apapun itu yang membuat klien bisa lebih terbuka untuk mengemukakan pendapatnya.

2. Kajian Teori

Menurut Sumarsono dalam (Cindy Aulia Bestari, 2020), *Wedding Organizer* atau WO merupakan sebuah lembaga atau badan yang secara khusus melayani jasa pada bidang pernikahan. Secara pribadi atau tim membantu calon pengantin mempersiapkan segala sesuatu yang berhubungan.

Menurut Marpaung dalam (Sarumaha, 2020), komunikasi adalah komunikasi diperlukan sebagai pemindahan alur dalam merencanakan atau menyusun ide semua organisasi sehingga dengan adanya komunikasi yang terpimpin maka akan menciptakan kenyamanan dalam bekerja.

Menurut Ginting dalam (Denika Sarumaha, 2020), komunikasi ialah sesuatu proses pemberitahuan informasi yang dilaksanakan oleh seseorang kepada seseorang lainnya bisa dilakukan secara tatap muka atau bisa menggunakan media pendukung. Pengguna media pendukung seperti melalui surat tertulis, telepon, *email*, *skipe*, *sms* (*short message service*) dan media lainnya.

Menurut Nugroho (dalam Lalu Gagarin, 2023), kepuasan konsumen merupakan komponen krusial dalam upaya meningkatkan kinerja pemasaran sebuah perusahaan. Tingkat kepuasan yang tinggi pada konsumen berpotensi mendorong peningkatan intensitas pembelian ulang. Ketika konsumen merasa puas terhadap produk atau layanan yang diberikan, hal tersebut dapat membentuk persepsi positif yang berujung pada terciptanya loyalitas konsumen terhadap merek atau perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller dalam (Ahyani, 2022), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

3. Metode Penelitian

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena fokus utamanya bukan hanya pada hasil akhir dari suatu kegiatan, melainkan pada makna dan proses yang terjadi di dalamnya. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali pemahaman secara mendalam tentang realitas sosial dari sudut pandang para partisipan. Pemahaman tersebut tidak dibentuk sejak awal, tetapi muncul melalui proses analisis terhadap situasi sosial yang menjadi pusat perhatian penelitian. Dari proses analisis itulah kemudian dirumuskan kesimpulan yang bersifat umum dan cenderung abstrak, sebagai bentuk pemaknaan terhadap kenyataan yang diamati.

4. Hasil Dan Pembahasan

Komunikasi antar tim *Wedding Organizer* Aurora dalam persiapan acara pernikahan klien berlangsung secara terstruktur dan terkoordinasi dengan baik. Setiap tim memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda, seperti tim koordinator acara, tim dekorasi, tim dokumentasi, tim *catering*, hingga tim yang berhubungan langsung dengan klien.

WO aurora memanfaatkan berbagai media komunikasi seperti grup whatsapp untuk koordinasi. Komunikasi menjadi lebih intensif menjelang hari pelaksanaan, terutama saat *technical meeting*, di mana seluruh tim menyatukan alur kerja agar acara berjalan lancar. Saat hari- H, komunikasi *real-time* dilakukan melalui *handy talky (HT)* agar semua tim tetap terhubung dan bisa merespons situasi secara cepat. Kendala seperti miskomunikasi atau perubahan mendadak diatasi dengan sistem pembaruan informasi serempak, delegasi tugas, serta perencanaan darurat. Secara keseluruhan, pola komunikasi yang efektif dan responsif menjadi kunci keberhasilan tim Aurora dalam mewujudkan acara pernikahan yang sesuai harapan klien.

Dalam lingkup layanan *wedding organizer* seperti Aurora *Wedding*, komunikasi yang efektif menjadi aspek penting dalam membangun kepuasan klien. Komunikasi dua arah meliputi konsultasi pra-acara, konfirmasi detail, hingga umpan balik pasca-acara menciptakan pemahaman yang jelas terhadap keinginan dan ekspektasi pasangan pengantin. Selanjutnya, kejelasan dan kecepatan respons menjadi pilar utama yang memperkuat kepercayaan klien. Proses komunikasi yang terbuka dalam menyampaikan informasi biaya, jadwal, dan peran pihak *vendor* atau tim internal juga dapat meminimalkan risiko miskomunikasi yang berpotensi mengganggu kelancaran acara. Selain itu, penggunaan media digital seperti WhatsApp, Instagram, tiktok yang bagus dan menarik berpeluang besar untuk mencapai tingkat kepuasan klien yang tinggi yakni ketika mereka merasa dipahami, dihargai, dan tenang selama proses perencanaan hingga hari H.

5. Penutup

Komunikasi antartim dalam organisasi Aurora *Wedding* memegang peranan terstruktur dalam menciptakan kepuasan klien. Komunikasi internal yang jelas, terbuka, dan berstruktur memperkuat kolaborasi tim antara koordinator, *vendor*, dan admin sehingga persiapan acara dapat berjalan lancar dan sesuai rencana. Koordinasi via digital (WhatsApp) pemilihan struktur tim yang tepat, dan pembagian tugas yang sesuai peranan dengan baik.

Dari sisi eksternal, komunikasi dengan klien yang responsif dan terbuka, dan menerima *request* dari klien menjadikan kepercayaan dan keterbukaan klien untuk memberikan keinginannya sendiri tidak hanya memattok tentang paket *wedding* yang sesuai papekatan yang telah *wedding organizer* aurora buat.

6. Ucapan Terimakasih

Saya ucapkan terimakasih kepada Aurora *Wedding Organizer* yang sudah mengizinkan saya untuk penelitian, serta kepada owner dan stapp yang sudah membantu saya untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian ini hingga penelitian ini selesai dan bisa bermanfaat bagi yang membacanya.

7. Referensi

- Ahyani. (2022, Juli). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dapur Uma DI Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. *Scientific Journal Of Reflection*, 5(3), 697.
- Cindy Tambun, S. M. (2023, Juli). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Indomaret Krida Malalayang. *Jurnal EMBA*, 11(3), 233.
- Denika Sarumaha, W. (2020, Juni). Pengaruh Komunikasi Dan Fasilitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT OSI Electronics. *Jurnal Rekaman*, 4(2), 396.
- Mariah, S., Marselina, R. D., Elsa, S., Alfandi, R., & Marlina, R. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Karyawan Dalam Konteks Hubungan Industrial Pada Perusahaan PT Ajutex 155. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 113-122.
- Wida, W., & Ida, I. J. F. (2023). Efektivitas Dan Efisiensi Pelayanan Kesehatan Pada Puskesmas DTP Gununganhalu. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(1), 195-209.
- Sulastri, N. R., & Manjaleni, R. (2024). Analisis Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas dalam Menilai Kinerja Keuangan pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2022. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 12(1), 1011-1021.
- Purwanti, M., & Kurniawan, A. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance dan Kebijakan Hutang terhadap Manajemen Laba dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 20(1), 73-89.
- Feriyanto, O., Ilmi, A. N., Aulia, V., Jandriani, L. H., Safitri, S., & Irmayanti, E. (2024). Peran akuntansi terhadap pengambilan keputusan bisnis melalui analisis big data (studi literatur). *JURNAL ILMIAH EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 1(2), 602-613.
- Shely Dwi Agustini, A. A. (2023, April). Pengaruh Kompensasi Finansial Dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1(2), 134.
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 222.
- Sarumaha, D. (2020). Pengaruh Komunikasi Dan Fasilitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT OSI Electronics. *Universitas Putera Batam*, 11.