

Rancangan program Bride-To-Be's Best Friend: Meningkatkan brand awareness saritanabang catering service dengan pembuatan rancangan kerja media sosial = Bride-To-Be's Best Friend design: Increasing brand awareness of saritanabang catering service by creating social media plan

Afrah Adina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468247&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Profil Perusahaan: Berdasarkan situs resmi, Saritanabang Catering Service adalah sebuah layanan atau vendor catering di daerah Tanah Abang, Jakarta Pusat. Saritanabang Catering Service didirikan oleh Tuti Nurmaisyah dan Tati Nuransyah pada tahun 1987. Pada awalnya, Saritanabang Catering Service memulai usahanya dengan fokus ke masakan kambing guling serta makan siang untuk kantor dan rumah. Seiring dengan perkembangannya, Saritanabang Catering Service mulai memperluas usahanya dengan melayani catering untuk pesta di gedung-gedung pertemuan. Dalam hal layanan catering, Saritanabang dapat melayani pesanan catering untuk kantor, pernikahan, aqiqah, sunatan, dan acara-acara lainnya. Saritanabang terletak di daerah Tanah Abang, Jakarta Pusat Seiring dengan perkembangannya, saat ini Saritanabang Catering Service memiliki dapur dengan kapasitas produksi empat acara dalam satu hari dan jumlah pesanan sampai dengan 4000 orang. Terdapat juga enam buah kendaraan untuk mengangkut seluruh persiapan ke lokasi acara. Seiring dengan banyaknya permintaan akan satu paket pelayanan yang lengkap dari satu tempat, Saritanabang Catering Service kembali memperluas usahanya dengan menyediakan riasan tradisional dari 27 provinsi di Indonesia. Saritanabang Catering Service juga telah memiliki rekanan dengan beberapa gedung dan juga menawarkan paket layanan `one stop service` sehingga klien mendapatkan semua yang dibutuhkan, mulai dari gedung, makanan, M.C, keperluan upacara adat, pelaminan, dekorasi, baju pengantin dan keperluan pesta lainnya dari satu tempat.

Analisis Situasi:

Strength:

- Saritanabang Catering Service sudah berdiri selama 30 tahun sehingga sudah cukup terkenal dan memiliki kepercayaan dari klien yang telah memakai jasanya.
- Saritanabang Catering Service terletak di Jakarta Pusat sehingga mudah untuk diakses.
- Saritanabang Catering Service memiliki rekanan gedung sehingga calon klien tidak perlu mencari gedung sendiri.
- Saritanabang Catering Service memiliki paket layanan one step service sehingga calon klien tidak perlu mencari vendor untuk kebutuhan lainnya.

Weakness:

- Saritanabang Catering Service belum memiliki pesan utama yang ingin disampaikan ke target audience sehingga konten yang disampaikan belum terintegrasi.
- Tidak adanya perencanaan media sosial serta program evaluasi sehingga kinerja media sosial tidak dapat dipantau.
- Online platform tidak digunakan secara maksimal sehingga tidak efektif dalam meningkatkan penjualan.
- Followers yang sudah ada di Instagram Saritanabang Catering Service bukanlah target audience yang disasar.

Opportunity:

- Saat ini Instagram merupakan platform yang populer untuk mempromosikan produk ataupun usaha di kalangan millennial sehingga penggunaan Instagram dapat memaksimalkan upaya promosi.
- Pernikahan merupakan salah satu momen yang sering diabadikan di Instagram. Seringkali sang pengantin mencantumkan nama vendor yang dipakai sehingga Instagram merupakan platform yang potensial untuk melakukan promosi.
- Berdasarkan riset Bridestory, tingkat penggunaan smartphone yang sangat tinggi menjadi salah satu faktor yang secara tidak langsung memengaruhi perilaku calon mempelai dalam merencanakan pernikahan. Mudah-mudahan mendapat

informasi vendor pernikahan melalui smartphone membuat calon klien lebih mudah memilih vendor sesuai tema dan budget yang telah disiapkan. Penggunaan smartphone tersebut mencakup media sosial dan internet. Terdapat persentase yang cukup besar terkait pencarian vendor untuk pernikahan melalui jaringan internet yakni, 16,4 melalui Bridestory, 13,2 melalui media sosial, dan 10,7 melalui pencarian search engine. Total persentase pencarian vendor melalui jaringan internet berjumlah 40.3. Sehingga media sosial merupakan platform yang sangat tinggi potensinya untuk menjadi platform promosi. Berdasarkan riset Bridestory, 40-60 dari seluruh anggaran digunakan untuk venue dan katering sehingga pemilihan katering yang tepat merupakan hal yang sangat diperhatikan karena calon klien mengalokasikan dana yang besar untuk katering. Threat: a. Terdapat vendor katering pernikahan lain yang memiliki tampilan situs dan media sosial yang lebih menarik serta lebih sering diperbarui sehingga menyebabkan Saritanabang Catering Service tertinggal dari sisi media sosialnya. b. Kondisi ekonomi Indonesia yang sedang lemah sehingga menyebabkan pesanan menurun. Pernyataan Masalah: Belum adanya perencanaan media sosial yang jelas bagi Saritanabang Catering Service dan penggunaan online platform yang belum maksimal. Usulan Program: 1. Always on content, 2. Special moment activity, 3. Always on activation, 4. Food testing. Tujuan Program: 1. Menjangkau target audience di Instagram dan Facebook, 2. Meningkatkan keterlibatan target audience di Instagram, 3. Membentuk persepsi target audience bahwa Saritanabang Catering Service memahami permasalahan dan kehidupan calon pengantin dan pengantin baru sehari-hari, 4. Meyakinkan calon klien untuk menggunakan Saritanabang Catering Service sebagai vendor katering pernikahan mereka.

<hr>

ABSTRACT

Company Profile: Based on official website, Saritanabang Catering Service is a service or catering vendor in Tanah Abang, Central Jakarta. Saritanabang Catering Services established by Tuti Nurmaisayah and Tati Nuransyah in 1987. In the beginning, Saritanabang Catering Service started to operate with a focus in grilled lamb and lunch orders for office and home. Along with its development, Saritanabang Catering Service started to serve catering in meeting hall building. In terms of catering services, Saritanabang can serve catering orders for offices, weddings, aqiqah, circumcision, and other events. Saritanabang is located in Tanah Abang, Central Jakarta. This business started by serving orders of goat bolsters and lunch for the office and household. Now, Saritanabang Catering Service has a kitchen with a production capacity of four events in one day can serve up to 4000 people. They also have six vehicles to transport the entire preparation to the event location. Along with the many requests for a complete service package from one place, Saritanabang Catering Service provides traditional makeup from 27 provinces in Indonesia. Saritanabang Catering Service also has partnerships with several buildings and also offers one stop service service package, so clients may manage all services such as building, food, MC, ceremonial purposes, wedding, decoration, wedding dress and other things from one place. Situation Analysis: Strength: a. Saritanabang Catering Service has been established for 30 years so it is quite famous and has the trust of clients who have been using their service. b. Saritanabang Catering Service is located in Central Jakarta making it easy to access. c. Saritanabang Catering Service has building partners so that prospective clients do not have to bother looking for their own building. d. Saritanabang Catering Service has a one stop service package so that prospective clients do not need to find a building by themselves. Weakness: a. Saritanabang Catering Service does not have a key message to be conveyed to the target audience so their content are not integrated. b. The absence of social media planning and evaluation program made the performance of social media can not be monitored. c. Not using online platform maximally so it does not have effective in

increasing sales. d. Followers who already exist in Instagram Saritanabang Catering Service is not the main target audience. Opportunity: a. Currently, Instagram is a popular platform to promote products or businesses among millennials so Instagram usage can maximize promotional efforts. b. Marriage is one of the moments that are often perpetuated in Instagram. Often the bride mention the vendor in caption so Instagram is a potential platform for promotions. c. Based on Bridestory 39`s research, the very high level of smartphone usage has become one of the factors that indirectly affect the behavior of bride and groom in wedding planning. Clients get information easily about vendors through their smartphone so that it is easier for them to choose a vendor that suitable to their wedding theme and budget. Smartphone usage includes social media and internet. There is a substantial percentage of vendor searches over the internet network, 16.4 via Bridestory, 13.2 via social media, and 10.7 through search engines. Total percentage of vendor search through internet network amounted to 40.3. So social media has a very high its potential to be used as a promotional platform. d. Based on Bridestory 39`s research, 40-60 of budget are used for venues and catering so choosing the right caterer is a matter of great concern as clients allocate substantial funds for catering. Threat Problem Statement: The absence of social media planning for Saritanabang Catering Service and the use of online platform that has not been maximized. Program: 1. Always on content, 2. Special moment activity, 3. Always on activation, 4. Food testing Program`s.