

Exploration Of Consumer Experience Through Word Of Mouth (WOM) Marketing Communication Strategy At Dewa Entertainment Event Organizer Karawang

Ekplorasi Pengalaman Konsumen Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Word Of Mouth (WOM) Pada Event Organizer Dewa Entertainment Karawang

Dewi Ratna Suminar¹, Citra Savitri², Syifa Pramudita Faddila³

Universitas Buana Perjuangan Karawang^{1,2,3}

citra.savitri@ubpkarawang.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

The event organizer industry in Indonesia has been growing rapidly in line with the increasing demand for unique and memorable event experiences. Dewa Entertainment, based in Karawang, relies on Word of Mouth (WOM) as its primary marketing strategy to enhance customer trust and loyalty. However, there remains a gap in understanding how consumer experiences are formed through this strategy. This study aims to explore consumer experiences through the implementation of WOM marketing communication strategies at Dewa Entertainment. The research employs a qualitative approach with data triangulation, involving in-depth interviews with five informants, including one marketing manager and four customers with direct experiences. The findings reveal that the WOM strategy creates consumer experiences encompassing five main dimensions: sense, feel, think, relate, and act. Personalized services, creative decorations, comfortable atmospheres, and incentives such as discounts or cashback have proven effective in building emotional connections, enhancing customer satisfaction, and expanding customer networks through positive recommendations. The conclusion of this study is that the WOM strategy plays a crucial role in shaping memorable consumer experiences, increasing customer loyalty, and strengthening Dewa Entertainment's image as a trusted event organizer. This research provides insights for the development of experience-based marketing strategies in other service industries.

Keywords: Consumer Experience, Marketing Communication Strategy, Word of mouth (WOM), Event Organizer, Dewa Entertainment

ABSTRAK

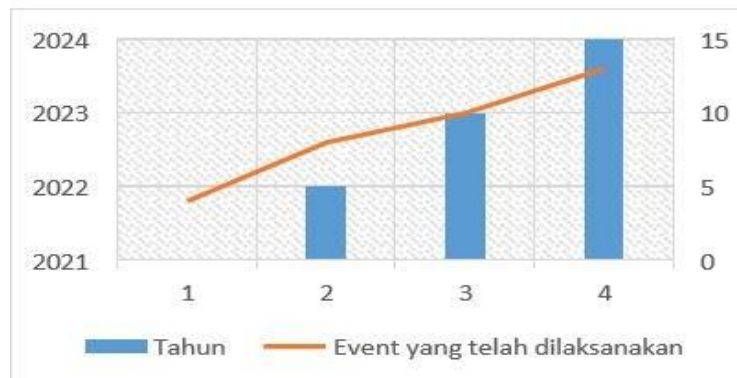
Industri event organizer di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan akan pengalaman acara yang unik dan berkesan. Dewa Entertainment di Karawang mengandalkan strategi Word of Mouth (WOM) sebagai pendekatan pemasaran utama untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Namun, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman mengenai bagaimana pengalaman konsumen terbentuk melalui strategi ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman konsumen melalui penerapan strategi komunikasi pemasaran WOM pada Dewa Entertainment. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan triangulasi data, melalui wawancara mendalam dengan lima informan, termasuk satu manajer pemasaran dan empat pelanggan yang memiliki pengalaman langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi WOM menciptakan pengalaman konsumen yang melibatkan lima dimensi utama, yaitu *sense, feel, think, relate, dan act*. Elemen layanan personalisasi, dekorasi kreatif, suasana nyaman, dan insentif berupa diskon atau *cashback* terbukti efektif dalam membangun hubungan emosional, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperluas jaringan pelanggan melalui rekomendasi positif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi WOM memainkan peran kunci dalam membentuk pengalaman konsumen yang berkesan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat citra Dewa Entertainment sebagai penyedia jasa event organizer terpercaya. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengembangan strategi pemasaran berbasis pengalaman pada industri jasa lainnya.

Kata Kunci: Pengalaman Konsumen, Strategi Komunikasi Pemasaran, Word of mouth (WOM), Event Organizer, Dewa Entertainment.

1. Pendahuluan

Industri *event organizer* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring berkembangnya ekonomi kreatif dan permintaan akan pengalaman yang unik dan berkesan. Pada tahun 2020, sektor ini menyumbang sekitar 2% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif nasional (Kemenparekraf, 2021). Haryyadin Mahardika, seorang ahli dibidang manajemen acara, memperkirakan bahwa industri *event organizer* akan tumbuh lebih cepat dibandingkan pertumbuhan PDB rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa potensi perkembangan industri ini akan tumbuh lebih cepat (MG Noviarizal, 2023).

Dewa Entertainment merupakan salah satu *event organizer* yang ada di Kabupaten Karawang, Jawa Barat, yang menyelenggarakan berbagai acara hiburan dan korporat. Dewa Entertainment menerapkan strategi komunikasi pemasaran, salah satunya yaitu *Word Of Mouth* (WOM). Strategi WOM terbukti mejadi strategi pemasaran yang paling efektif dan terpercaya bagi Dewa Entertainment.



Gambar 1. Data event yang Telah Dilaksanakan Dewa Entertainment Periode 2021-2024
(Sumber: Data Base *Track Record* Dewa Entertainment)

Gambar 1 menunjukkan peningkatan *event* yang telah dilaksanakan oleh Dewa Entertainment pada periode 2021-2024. Peningkatan ini menggambarkan peran strategi WOM dalam mendorong pertumbuhan penjualan, terutama pada industri jasa *event organizer* Dewa Entertainment. Konsumen cenderung lebih percaya pada rekomendasi dari teman, keluarga, atau ulasan online dari pada iklan. *Positive WOM is created from consumer experiences* (Wijaya, T., & Paramita, 2021).

Dewa Entertainment menerapkan strategi pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) dan juga pemasaran digital. Dewa Entertainment mendapatkan berbagai ulasan positif dari pelanggan yang disampaikan secara langsung.



Gambar 2. Ulasan Pelanggan Secara Langsung (Sumber: *G-Drive Dewa Entertainment*, Tahun 2024)

Gambar 2 menunjukkan ulasan positif dari beberapa pelanggan atau pengguna jasa *event organizer* Dewa Entertainment. Ulasan tersebut mencakup tanggapan langsung dari pelanggan mengenai kepuasan mereka terhadap layanan, kreativitas acara, dan kualitas manajemen yang diberikan Dewa Entertainment. Keunggulan layanan yang diberikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keinginan mereka untuk merekomendasikan jasa *event organizer* kepada orang lain (Pratama, H., Suharyono, S., & Sunarti, 2022)

Dewa Entertainment telah menerapkan berbagai taktik untuk mendorong *Word Of Mouth* (WOM) positif, seperti memberikan pengalaman luar biasa, menggunakan media sosial, dan menyelenggarakan acara yang memicu perbincangan. Namun, belum ada penelitian mendalam mengenai bagaimana pengalaman konsumen terbentuk melalui strategi WOM ini dan dampaknya terhadap persepsi serta keputusan konsumen. Sebanyak 78% konsumen di kota-kota menengah Indonesia mengandalkan rekomendasi personal sebelum memilih jasa *event organizer* (Rahma, N., & Putri, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi secara mendalam pengalaman konsumen melalui strategi komunikasi pemasaran WOM pada *event organizer* Dewa Entertainment.

2. Tinjauan Pustaka

Manajemen Pemasaran

Menurut Follet dalam (Savitri *et al.*), manajemen adalah proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan, di mana semua kegiatan ini saling berhubungan dan harus dilakukan secara terpadu untuk mencapai tujuan secara menyeluruh. Dalam konteks pemasaran, manajemen pemasaran merupakan proses strategis untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, memastikan kelangsungan bisnis, dan mencapai tujuan perusahaan (Arianto, 2023). Proses ini mencakup analisis perencanaan, serta pengendalian aktivitas yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan mendukung pencapaian sasaran perusahaan (Savitri *et al.*, 2020).

Berdasarkan berbagai pendapat diatas penulis menyimpulkan bahwa, manajemen pemasaran adalah proses strategis yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, serta memastikan kelangsungan bisnis dan pencapaian tujuan perusahaan.

Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller dalam (Savitri *et al.*), bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan secara konsisten untuk mencapai tujuan pemasaran mereka di pasar yang menjadi targetnya. Bauran pemasaran terdiri dari empat elemen utama yang dikenal sebagai 4P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat atau saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Sedangkan pada jasa terdapat 7P menurut Kotler dan Armstrong yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat atau saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*), sarana fisik (*physical evidence*), orang (*people*), dan proses (*process*) (Savitri *et al.*).

Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dalam (Yayasan and Menulis, 2021), perilaku konsumen adalah aktivitas yang melibatkan pengamatan terhadap bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, atau menggunakan, dan mengevaluasi barang atau jasa. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu: Budaya, Psikologis, Pribadi dan Sosial

Word Of Mouth (WOM)

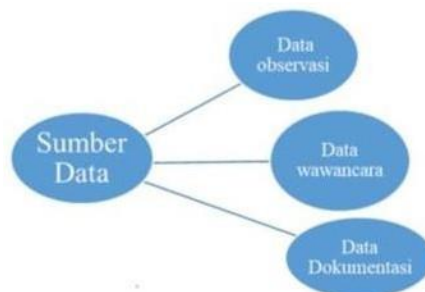
Menurut *Word Of Mouth Marketing Association (WOMMA)*, *Word Of Mouth (WOM)* adalah strategi pemasaran yang mendorong konsumen untuk membicarakan, merekomendasikan, dan mempromosikan suatu produk atau merek kepada konsumen lain. Adapun menurut (Handoko and Melinda, 2021), *Word of mouth is the way people share their experiences or the advantages of a product or service, whether directly, in writing, or online. Customer recommendations are usually more trusted than company advertisements.* Dimana WOM ini merupakan cara orang berbagi pengalaman atau keunggulan produk atau layanan baik secara langsung, tertulis, maupun online. Rekomendasi dari pelanggan biasanya lebih dipercaya dari pada iklan perusahaan. Ada beberapa indikator dalam *Word Of Mouth (WOM)* antara lain: membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan, dan menjual (Ummah, 2019).

Pengalaman Konsumen

Consumer experience this term refers to the overall perception and feelings a consumer has when interacting with a company, its product, or its service (Raji et al., 2024). Dimana pengalaman konsumen ini merupakan suatu persepsi dan perasaan keseluruhan yang dirasakan konsumen saat berinteraksi dengan perusahaan, produk, atau layanan. Terdapat 5 dimensi pengalaman konsumen yaitu: *Sense, Feel, Think, Relate, and Act* (Wang, et., 2022)

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk memahami pengalaman konsumen terkait strategi komunikasi *Word Of Mouth (WOM)* yang diterapkan oleh Dewa Entertainment. Sumber data penelitian ini diperoleh dengan menggunakan triangulasi data.



Gambar 3. Triangulasi Data

(Sumber: Sahide 2019)

Menurut (Sahide, 2019), Triangulasi adalah prinsip untuk menguji validitas data dengan memastikan bahwa data yang dikumpulkan telah mencapai kejenuhan, sehingga dapat diambil sintesis data yang akurat dan valid. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan empat informan sebagai pelanggan Dewa Entertainment yaitu Ibu Imas Siti Sarah (*Event Graduation Bimba Rainbow Kids Cibalongsari*), Mrs. Novia (*Event Graduation Bimba Rainbow Kids Kedungwaringin*), Ibu Ani (*Event Birthday Evano*), dan Ibu Siti Rosalifah (*Event Birthday Faiz dan Rifa'i*). Satu *key informan* yaitu Alif Alfarisi sebagai *Manager Marketing* Dewa Entertainment. Informan ini dipilih berdasarkan keterkaitan mereka dengan topik yang diteliti, yaitu pengalaman konsumen yang telah menggunakan jasa Dewa Entertainment. Pemilihan ini dilakukan untuk memastikan bahwa informan memiliki pengalaman langsung dan relevan sehingga data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang mendalam serta tujuan penelitian.

4. Hasil Dan Pembahasan

Profil

Hasil penelitian ini disusun berdasarkan hasil observasi dengan salah satu bagian dari *Event Organizer* Dewa Entertainment yaitu Alif Alfarisi (Laki-laki) selaku *Manager Marketing* Dewa Entertainment, yang berusia 21 tahun. Selain itu hasil penelitian ini juga disusun berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan 4 informan klien Dewa Entertainment yang memiliki pengalaman langsung dengan Dewa Entertainment atau yang telah menggunakan jasa Dewa Entertainment.

Tabel 1. Data Informan

No.	Nama	Usia	Jenis kelamin	Pekerjaan
1.	Noviana Indriyani	34 Tahun	Perempuan	Pengajar
2.	Nuranisa	28 Tahun	Perempuan	Karyawan
3.	Siti Rosalifah	32 Tahun	Perempuan	Guru
4.	Imas Siti Sarah	42 Tahun	Perempuan	Pengajar

(Sumber: Data Wawancara, 2024)

Empat informan ini dipilih karena memiliki kriteria yang sesuai dengan fokus penelitian mengenai eksplorasi pengalaman konsumen melalui strategi komunikasi pemasaran *Word Of Mouth* (WOM) pada *event organizer* Dewa Entertainment. Ke empat informan ini memiliki pengalaman langsung dengan Dewa Entertainment dan telah menggunakan jasa tersebut setelah mendapatkan rekomendasi atau WOM dari orang terdekat.

Hasil

Berdasarkan hasil wawancara dengan Alif Alfarisi, *Manager Marketing Event Organizer* Dewa Entertainment, Strategi *Word Of Mouth* (WOM) yang diterapkan Dewa Entertainment bertujuan untuk memberikan pengalaman yang berkesan kepada pelanggan. Dewa Entertainment selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan menyesuaikan kebutuhan dan keinginan klien. Dewa entertainment juga menjalankan program referral, dimana pelanggan yang berhasil merekomendasikan jasa Dewa Entertainment kepada orang lain akan mendapatkan insentif.

Insentif yang diberikan Dewa Entertainment kepada pelanggan seperti diskon, *cashback* atau hadiah. Insentif ini tidak hanya menarik pelanggan baru tetapi juga mendorong pelanggan lama untuk merekomendasikan layanan Dewa Entertainment kepada orang lain. Dengan adanya program ini, Dewa Entertainment berhasil memperkuat hubungan emosional dengan pelanggan dan memperluas jaringan melalui strategi *Word of Mouth* (WOM) yang efektif. Selain itu, strategi yang dilakukan Dewa Entertainment yaitu dengan menciptakan acara yang menarik dan kreatif, suasana *venue* yang nyaman, pencahayaan yang sesuai tema, dan musik latar yang mendukung.

Pelanggan yang puas dengan kualitas acara, layanan yang dipersonalisasi, dan adanya kejutan seperti hadiah kecil atau *doorprize* cenderung merekomendasikan Dewa Entertainment kepada orang lain. Untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, Dewa Entertainment memberikan harga spesial dan memastikan setiap detail acara dikerjakan dengan baik.

Dewa Entertainment juga memiliki keunikan melalui *tagline* “*Make Your Dreams Come True*” yang diwujudkan dengan usaha maksimal untuk membuat acara impian klien menjadi kenyataan, tanpa melampaui anggaran yang tersedia. Strategi WOM ini terbukti sangat efektif

dalam memperkenalkan merek kepada banyak orang dan menarik pelanggan baru, meskipun ulasan online masih terbatas. Banyak pelanggan yang kembali menggunakan jasa mereka karena pengalaman yang memuaskan, dengan fokus pada layanan berkualitas, kreativitas, fleksibilitas, WOM menjadi salah satu kekuatan utama Dewa Entertainment untuk berkembang.

Hasil Wawancara Pengalaman Konsumen

Informan	Sense	Feel	Think	Relate	Act
1	Dekorasi, musik, dan pencahayaan acara dinilai bagus dan membuat acara lebih menarik, apalagi dekorasi panggung yang penuh tapi tidak terlalu ramai. Selain itu live music yang interaktif menjadi layanan paling berkesan karena memberikan suasana yang tidak monoton.	Informan merasa sangat puas dengan layanan Dewa Entertainment, dengan tingkat kepuasan mencapai 90%. Meskipun ada sedikit miskomunikasi, tetapi hal tersebut tidak berpengaruh terhadap pengalaman secara keseluruhan. Staff Dewa Entertainment melayani dengan sangat baik, sehingga membuat informan merasa istimewa.	Tim Dewa Entertainment dinilai lebih humble dan akrab dengan anak-anak, sehingga menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan. Selain itu kreativitas dan inovasi yang diberikan seperti, desain dekorasi dan konsep acara yang unik diapresiasi tinggi oleh informan.	Pengelolaan acara yang baik oleh Dewa Entertainment memberikan kesempatan bagi informan untuk lebih dekat dengan peserta acara. Hal ini menciptakan momen kebersamaan yang sulit didapatkan jika acara di kelola sendiri.	Informan lebih sering membagikan pengalamannya melalui Tiktok dan WhatsApp. Sedangkan untuk tamu atau orang tua murid lebih sering membagikannya di Facebook dan WhatsApp.
Informan	Sense	Feel	Think	Relate	Act
2	Dewa Entertainment berhasil memberikan dekorasi yang sesuai dengan permintaan klien mulai dari detail kecil hingga keseluruhan acara, sehingga informan merasa puas dan tidak kecewa. Selain itu layanan Fotografer dinilai fleksibel karena mampu menyesuaikan dengan keinginan klien.	Pelayanan yang diberikan staff event Dewa Entertainment membuat klien merasa di spesialkan karena semua sudah di handle oleh tim Dewa Entertainment. Kepuasan informan diungkapkan dengan memberikan rating 8,5/10.	Harga yang menyesuaikan anggaran menjadi faktor utama yang menarik dan membedakan Dewa Entertainment dengan EO lainnya, ditambah tim yang dominan anak muda sehingga kreativitas dan inovasi yang diberikan Dewa Entertainment itu terbangun.	Setiap acara yang di handle Dewa Entertainment membuat Informan merasa lebih dekat dengan keluarga, saudara dan teman. Hal ini menciptakan informan merekomendasikan Dewa Entertainment kepada orang lain.	Informan cenderung membagikan pengalaman di Facebook dan WhatsApp.

Informan	Sense	Feel	Think	Relate	Act
3	Dekorasi, foto dan semuanya dinilai sesuai ekspektasi, dekorasi yang simpel namun elegan dan pelayanan yang sesuai permintaan menjadi aspek yang paling berkesan bagi informan.	Informan memberikan rating 9 dari 10, untuk layanan Dewa Entertainment, salah satu alasannya utama kepuasan adalah komunikasi yang cepat dan responsive. Selain itu pelayanan dari tim event, termasuk MC dan Dokumentasi, dinilai sangat baik.	Menurut informan Dewa Entertainment ini berbeda dengan EO lainnya karena harganya yang fleksibel dan sesuai kebutuhan klien, tanpa mengurangi kualitas acara. Informan juga menilai kreativitas dan inovasi yang diberikan Dewa Entertainment juga cukup bagus.	Karena semua dikelola oleh tim Dewa Entertainment, informan memiliki waktu lebih banyak untuk bercengkrama dengan tamu undangan terutama keluarga.	Informan paling sering menggunakan WhatsApp untuk membagikan pengalaman acara.
Informan	Sense	Feel	Think	Relate	Act
4	Dekorasi, musik, dan tata panggung dinilai sesuai harapan. Informan yang telah bekerjasama dengan Dewa Entertainment beberapa kali merasa bahwa kualitas yang diberikan selalu terjaga. Salah satunya hiburan sulap yang menjadi layanan yang paling berkesan karena berhasil menciptakan suasana.	Informan memberikan 8,5 dari 10 untuk kepuasan karena menyoroti keprofesionalan dan pelayanan yang baik sebagai alasan utama. Selain itu pelayanan staff yang diberikan Dewa Entertainment dinilai sangat baik karena semua acara sudah handle, sehingga informan dapat menikmati acara dengan santai.	Keunggulan Dewa Entertainment dilihat dari kreatifitas dan inovasi seperti live music dan sulap, yang memberikan nuansa yang menarik dan baru bagi acara. Informan memuji kreativitas dan inovasi yang dihadirkan oleh Dewa Entertainment, terutama dalam desain dekorasi dan konsep acara yang menarik.	Semua diatur atau di handle oleh tim Dewa Entertainment, sehingga informan dapat memiliki waktu untuk lebih dekat dengan peserta acara dan menciptakan hubungan yang lebih hangat.	Informan sering menggunakan Instagram dan Facebook untuk membagikan pengalaman acara, sementara komunikasi personal dilakukan melalui WhatsApp.

Word Of Mouth (WOM)

Informan	Menceritakan	Merekomendasikan	Mempromosikan	Menjual
1	Berdasarkan pengalaman informan, Dewa Entertainment sangat membantu dalam mempersiapkan dan menyelenggarakan acara. Semua kebutuhan acara, baik perlengkapan maupun konsep, disediakan dengan sangat rinci dan sesuai dengan permintaan. Hasilnya pun memuaskan dan sesuai dengan ekspektasi. Yang paling berkesan adalah isi acara yang lebih padat dan atraktif, terutama atraksi sulap yang tidak hanya menghibur anak-anak, tetapi juga orang tua dan guru-guru. Penampilan anak-anak pun lebih terkoordinasi dengan baik, memudahkan pengaturan acara. Informan juga mencatat bahwa orang tua merasa terhibur, dengan beberapa dari mereka menyatakan bahwa acara tersebut tidak hanya menyenangkan anak-anak, tetapi juga mereka sendiri. Hal ini membuat informan ingin merekomendasikan Dewa Entertainment	Berdasarkan pengalaman informan, setelah acara selesai dan dokumentasi dibagikan di media sosial, banyak orang yang tertarik dan bertanya tentang acara tersebut, seperti di mana dan dengan siapa acara itu diselenggarakan. Informan kemudian memberi tahu mereka bahwa acara tersebut dibantu sepenuhnya oleh Dewa Entertainment. Informan juga menyebutkan bahwa Dewa Entertainment sangat humble, responsif, dan segala hal bisa dibicarakan dengan mudah. Informan merasa puas dengan acara yang seru dan layanan yang cepat tanggap, sehingga mereka sangat merekomendasikan	Berdasarkan pengalaman informan, setiap momen acara, termasuk foto wisuda bersama Dewa Entertainment, selalu diunggah ke media sosial seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp. Hal ini membuat banyak orang bertanya-tanya tentang acara tersebut, seperti di mana, acara apa, dan dengan siapa penyelenggaranya. Informan juga merasa acara yang diselenggarakan sangat seru, tertata dengan baik, dan Dewa Entertainment mampu menyesuaikan dengan anggaran yang ada.	Berdasarkan pengalaman informan, sebagai lembaga pendidikan, mereka memiliki keterbatasan anggaran untuk acara. Informan memilih Dewa Entertainment karena mereka sangat terbuka dan siap mendiskusikan masalah budget. Dewa Entertainment memberikan solusi dengan berbagai pilihan sesuai anggaran yang tersedia, sehingga informan bisa memilih paket yang sesuai dengan kebutuhan acara. Dengan cara ini, orang tua murid tidak hanya tahu berapa biaya yang dibutuhkan, tetapi juga rinciannya, termasuk apa saja yang didapat dan gambaran
	kepada orang lain untuk merasakan pengalaman seru yang sama	Dewa Entertainment. Rekomendasi ini juga didapat dari teman informan, Bunda Cucu, yang merupakan owner Bimba Rainbow Kids di Cibalongsari, yang sudah terlebih dahulu bekerja sama dengan Dewa Entertainment dan merasa puas dengan hasilnya.	Karena semua pengalaman positif tersebut, informan merasa sangat puas dan ingin merekomendasikan Dewa Entertainment kepada orang lain.	acara secara keseluruhan. Hal ini membuat orang tua murid lebih percaya dan yakin untuk bekerja sama dengan Dewa Entertainment.
Informan	Menceritakan	Merekomendasikan	Mempromosikan	Menjual
2	Berdasarkan pengalaman informan, mereka merasa puas dengan hasil acara ulang tahun anak yang diselenggarakan bersama Dewa Entertainment. Semua elemen acara, mulai dari MC hingga fotografer, berjalan dengan baik dan membuat acara terasa meriah. Yang paling berkesan adalah penampilan MC yang mampu membuat anak-anak tidak bosan, ditambah dengan atraksi sulap yang semakin menambah keceriaan acara.	Berdasarkan pengalaman informan, mereka sangat puas dengan layanan Dewa Entertainment karena semuanya terorganisir dengan baik, mulai dari dekorasi hingga segala kebutuhan acara yang sudah disediakan dengan rapi. Selain itu, harga yang ditawarkan juga sesuai dengan anggaran yang ada. Informan	Berdasarkan pengalaman informan, mereka sangat puas dengan layanan Dewa Entertainment dan berencana membagikan pengalamannya dengan mengunggah kegiatan tersebut ke media sosial. Informan bahkan telah merekomendasikan langsung Dewa	Berdasarkan pengalaman informan, untuk meyakinkan orang lain, mereka merasa Dewa Entertainment sangat cocok karena harganya yang ramah di kantong dan menyesuaikan dengan anggaran yang ada, bukan sebaliknya. Selain itu, pelayanan yang diberikan sangat baik, membuat setiap

	Karena ini adalah pertama kalinya merayakan ulang tahun anak, informan merasa acara tersebut cukup mewah dan berkesan, terutama karena semuanya terorganisir dengan baik dan berjalan lancar, membuat acara ulang tahun anak yang ke-3 menjadi sangat berkesan.	mengetahui tentang Dewa Entertainment melalui rekomendasi dari saudaranya, Ibu Imas, yang menyarankan untuk menggunakan jasa Dewa Entertainment jika ada acara. Berdasarkan pengalaman positif ini, informan merasa yakin untuk merekomendasikan Dewa Entertainment kepada orang lain.	Entertainment kepada saudaranya, yaitu ibu dari anak kembar. Informan merasa harga yang ditawarkan sangat terjangkau dan sesuai dengan anggaran, serta menyukai adanya atraksi sulap yang baru dan menarik, sehingga acara tidak terasa membosankan. Bahkan, ibu-ibu yang mengantar anak-anak juga terhibur dan tertawa melihat penampilan tersebut.	acara terasa seru dan menyenangkan. Informan percaya bahwa cara terbaik untuk meyakinkan orang lain adalah dengan memberikan testimoni langsung dari pengalaman pribadi yang positif.
Informan	Menceritakan	Merekomendasikan	Mempromosikan	Menjual
3	Berdasarkan pengalaman informan, acara yang diselenggarakan bersama Dewa Entertainment sangat seru dan tidak membosankan, terutama untuk anak-anak. Informan merasa acara menjadi lebih hidup dan menyenangkan berkat adanya atraksi sulap yang menghibur, serta MC yang menarik perhatian. Semua elemen tersebut membuat suasana acara menjadi lebih seru dan tidak membosankan, sehingga semua peserta, termasuk anak-anak dan orang dewasa, merasa happy dan puas dengan acara tersebut.	Berdasarkan pengalaman informan, mereka pasti akan merekomendasikan Dewa Entertainment ke teman-teman atau keluarga jika ada yang mencari event organizer. Informan merasa Dewa Entertainment menarik, asik, dan seru berdasarkan pengalaman pribadi mereka. Informan juga mengetahui Dewa Entertainment melalui rekomendasi dari saudara, yaitu ibu dari Evano, yang sebelumnya sudah pernah menggunakan jasa Dewa Entertainment dan merasa puas.	Berdasarkan pengalaman informan, mereka membagikan pengalamannya dengan mengunggah kegiatan di media sosial dan menceritakan langsung kepada orang lain. Yang paling menarik bagi informan adalah MC yang komunikatif, hiburan sulap yang seru, serta acara yang tertata dengan baik. Selain itu, harga yang ditawarkan juga sangat fleksibel dan bisa menyesuaikan dengan anggaran atau kebutuhan klien, membuatnya semakin mudah diakses oleh berbagai pihak.	Berdasarkan pengalaman informan, mereka menyarankan kepada teman-teman untuk menggunakan jasa Dewa Entertainment agar tidak repot mengurus acara, mulai dari dokumentasi foto hingga semua hal lainnya. Dengan menggunakan Dewa Entertainment, semua kebutuhan acara bisa diurus dengan baik, sehingga acara berjalan lancar dan lebih terorganisir tanpa perlu pusing mengatur detailnya.

Informan	Menceritakan	Merekomendasikan	Mempromosikan	Menjual
4	Berdasarkan pengalaman informan, mereka merasa sangat puas bekerja sama dengan Dewa Entertainment, terutama karena layanan yang membantu meringankan pekerjaan mereka sebagai dewan pengajar. Semua persiapan dan penampilan anak-anak diatur dengan baik oleh Dewa Entertainment, sehingga mereka bisa duduk dan menikmati acara. Yang paling berkesan adalah karena tim Dewa Entertainment terdiri dari anak-anak muda yang sangat terbuka, humble, dan asik. Informan merasa bisa berbagi ide dan berdiskusi dengan mereka, yang membuat konsep acara lebih kekinian dan sesuai dengan harapan. Tim Dewa Entertainment juga sangat responsif, sehingga koordinasi menjadi mudah dan acara berjalan lancar. Semua hal ini menjadikan Dewa Entertainment pilihan yang sangat menarik dan unik.	Berdasarkan pengalaman informan, mereka merasa sangat puas bekerja sama dengan Dewa Entertainment, terutama karena konsep acara yang sangat menyesuaikan dengan kebutuhan mereka. Informan merasa bisa merekomendasikan Dewa Entertainment kepada saudara atau teman-teman karena hasil yang memuaskan. Informan mengetahui Dewa Entertainment melalui rekomendasi anaknya, Alif, yang memiliki kenalan di bidang event organizer dan mengetahui bahwa Dewa Entertainment dapat menghandle acara, terutama	Berdasarkan pengalaman informan, mereka merasa sangat puas dengan Dewa Entertainment dan berencana membagikan pengalamannya melalui media sosial atau merekomendasikan langsung kepada keluarga dan teman, seperti yang pernah dilakukan dengan Mrs. Novia, Owner Bimba Kedung Waringin, yang juga mendapatkan rekomendasi dari Bunda Cucu. Informan menyukai Dewa Entertainment karena personelnnya yang muda dan energik, membuat acara lebih mudah diterima oleh anak-	Berdasarkan pengalaman informan, untuk meyakinkan orang lain, mereka merasa bahwa Dewa Entertainment dapat dilihat dari apa yang mereka persembahkan dalam acara, seperti penampilan yang selalu baik dan sesuai harapan. Tim Dewa Entertainment yang terdiri dari anak muda, humble, dan enerjik mampu memberikan konsep acara yang kekinian dan menarik. Selain itu, harga yang ditawarkan juga sangat fleksibel dan menyesuaikan dengan anggaran yang ada, sehingga semakin memudahkan untuk bekerja sama. Semua hal ini menjadi alasan kuat untuk
		acara untuk anak-anak dengan baik.	anak, terutama dengan penampilan sulap yang tidak membosankan. Selain itu, layanan yang cepat dan responsif serta harga yang fleksibel membuat Dewa Entertainment semakin menarik bagi informan. Semua hal ini membuat acara menjadi lebih hangat, menyenangkan, dan mudah diatur.	merekomendasikan Dewa Entertainment kepada orang lain.

Pembahasan

Penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai penerapan strategi komunikasi pemasaran *Word of Mouth* (WOM) oleh Dewa Entertainment dalam menciptakan pengalaman konsumen yang berkesan sekaligus meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Strategi WOM yang dilakukan mencakup berbagai upaya diantaranya :

1. Pelayanan yang Dipersonalisasi

Dewa Entertainment memberikan pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan klien. Dengan pendekatan ini, pelanggan merasa lebih dihargai karena acara mereka dibuat sesuai dengan harapan. Temuan ini mendukung penelitian Kotler dalam (Yayasan and Menulis, 2021) yang menyatakan bahwa faktor psikologis, termasuk layanan yang dipersonalisasi, memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman konsumen. Pelayanan yang responsif dan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dapat menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan sehingga konsumen dapat merekomendasikan Dewa Entertainment kepada orang lain.

2. Dekorasi yang Kreatif

Dewa Entertainment menghadirkan dekorasi yang sesuai dengan tema acara, pencahayaan yang mendukung, serta elemen-elemen estetika lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian (Wang, et., 2022) tentang pemasaran berbasis pengalaman (*experiential marketing*), yang menyebutkan bahwa elemen visual, seperti dekorasi dan pencahayaan yang menarik, dapat meningkatkan daya tarik suatu acara dan memperkuat pesan positif pelanggan. Tentunya dalam konteks Dewa Entertainment, kreativitas dalam dekorasi menjadi salah satu faktor utama yang membedakan dan memberikan pengalaman yang berkesan.

3. Venue yang Nyaman

Suasana venue yang nyaman menjadi bagian penting dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi peserta acara, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu menurut (Wijaya, T., & Paramita, 2021) yang menegaskan bahwa atmosfer dan kenyamanan tempat berpengaruh terhadap pengalaman pelanggan. Venue yang nyaman dengan pencahayaan dan musik yang sesuai dapat menciptakan suasana yang lebih menyenangkan dan mendukung interaksi sosial. Hal ini mendukung temuan dalam penelitian ini, yang menunjukkan bahwa suasana venue yang nyaman membantu pelanggan menikmati acara dan meningkatkan kepuasan mereka.

4. Insentif (Diskon atau *Cashback*)

(Rahma, N., & Putri, 2024) menemukan bahwa 78% konsumen di kota-kota menengah Indonesia mengandalkan rekomendasi dari orang terdekat sebelum memilih layanan *event organizer*. Penerapan insentif seperti diskon dan *cashback* di Dewa Entertainment mendukung temuan ini dengan memperkuat efektivitas *Word Of Mouth* (WOM) dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Langkah-langkah ini membuktikan bahwa WOM adalah salah satu strategi pemasaran yang sangat efektif dalam mendorong interaksi antar pelanggan, sebagaimana dijelaskan oleh *Word of Mouth Marketing Association* (WOMMA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman konsumen yang dihasilkan oleh Dewa Entertainment melibatkan lima dimensi *consumer experience* (Wang, et., 2022).

1. *Sense*

Dimensi ini berfokus pada pengalaman sensorik yang dialami konsumen. Dalam penelitian ini, Dewa Entertainment menciptakan elemen visual seperti dekorasi yang kreatif, suasana *venue* yang nyaman, dan pencahayaan yang sesuai tema mampu menciptakan daya tarik visual yang kuat. Hal ini sejalan dengan teori dari (Wang, et., 2022) menyatakan bahwa elemen visual dan suasana dapat meningkatkan kesan positif konsumen terhadap suatu layanan. Sehingga konsumen merasakan kenyamanan dan kepuasan yang mendalam, yang menjadi alasan utama mereka untuk merekomendasikan Dewa Entertainment.

2. *Feel*

Dimensi ini menyoroti bagaimana layanan personalisasi dan perhatian dapat menciptakan koneksi emosional dengan pelanggan. Dalam penelitian, Dewa Entertainment memberikan pelayanan yang cepat dan responsif, tindakan ini terbukti efektif dalam menciptakan hubungan emosional positif dengan pelanggan. Hal ini mendukung temuan dari Kotler (2024) bahwa faktor psikologis sangat memengaruhi perilaku konsumen. Dalam penelitian ini, layanan personalisasi Dewa Entertainment menjadi kunci dalam menciptakan perasaan dimana Interaksi emosional ini membuat pelanggan merasa istimewa, sehingga mendorong mereka untuk merekomendasikan jasa Dewa Entertainment kepada teman atau keluarga.

3. *Think*

Dimensi ini berfokus pada kreativitas dan solusi inovatif yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam penelitian, Dewa Entertainment memberikan ide-ide baru yang sesuai dengan tema acara yang diinginkan klien tanpa melebihi anggaran,

menciptakan pengalaman unik yang mendorong konsumen untuk berpikir kritis tentang kualitas layanan contohnya, memberikan pelayanan tambahan seperti *live music*, sulap, dan dekorasi yang kreatif yang menyesuaikan tema klien. Strategi ini mendukung konsep *experiential marketing* dari (Wang, et., 2022), yang menunjukkan bahwa inovasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. *Relate*

Dimensi ini menyoroti bagaimana acara yang diselenggarakan Dewa Entertainment membantu klien membangun hubungan yang lebih erat dengan keluarga, teman, atau peserta lainnya. Pengelolaan yang profesional dan menyeluruh oleh tim membuat klien tidak perlu terlalu khawatir akan detail acara, sehingga mereka dapat lebih fokus menikmati momen bersama orang-orang terdekat. Pendekatan ini menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat antara klien dan orang-orang di sekitarnya. Hal ini sejalan dengan teori *experiential marketing* oleh (Wang, et., 2022), yang menekankan pentingnya dimensi "*relate*" dalam menciptakan pengalaman konsumen yang bermakna, yaitu dengan membangun hubungan interpersonal yang lebih baik melalui layanan yang diberikan.

5. *Act*

Dimensi ini mencakup tindakan pelanggan yang merekomendasikan jasa kepada orang lain setelah merasa puas. Dalam penelitian, banyak pelanggan Dewa Entertainment yang merekomendasikan Dewa Entertainment melalui media sosial atau secara langsung. Hal ini berkaitan dengan penelitian (Rahma, N., & Putri, 2024) yang menyatakan bahwa 78% konsumen di kota menengah mengandalkan rekomendasi sebelum memilih jasa *event organizer*. Tindakan ini membantu memperluas jaringan pelanggan dan memperkuat citra positif Dewa Entertainment di mata publik.

Fakta ini mempertegas peran WOM sebagai strategi utama dalam memengaruhi perilaku konsumen, memperluas jaringan pelanggan, dan meningkatkan kepercayaan terhadap merek. Penelitian ini tidak hanya memberikan bukti empiris mengenai efektivitas WOM dalam membangun hubungan yang kuat dengan konsumen tetapi juga memberikan panduan bagi Dewa Entertainment untuk terus mengoptimalkan pendekatan ini. Dengan strategi WOM yang berfokus pada pengalaman positif konsumen, Dewa Entertainment mampu memperkuat citranya sebagai penyedia jasa *event organizer* yang terpercaya, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperluas pangsa pasar secara berkelanjutan.

5. Penutup

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *Word of Mouth* (WOM) yang diterapkan oleh Dewa Entertainment secara efektif menciptakan pengalaman konsumen yang berkesan dan mendorong loyalitas pelanggan. Strategi ini mencakup berbagai elemen seperti layanan yang dipersonalisasi, dekorasi kreatif, suasana yang nyaman, serta insentif berupa diskon atau *cashback* bagi pelanggan yang merekomendasikan jasa kepada orang lain. Dimensi pengalaman konsumen seperti *sense*, *feel*, *think*, *relate*, dan *act* terbukti memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan hubungan emosional dengan pelanggan. WOM tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperluas jaringan dan pangsa pasar Dewa Entertainment.

Implikasi

1. **Bagi Dewa Entertainment:** Perusahaan dapat terus mengoptimalkan strategi WOM dengan meningkatkan layanan berkualitas dan menciptakan lebih banyak pengalaman positif bagi pelanggan. Fokus pada elemen *sense* (estetika acara) dan *feel* (layanan emosional) dapat memberikan dampak yang lebih besar dalam menciptakan WOM positif.
2. **Bagi Industri Event Organizer:** Studi ini memberikan panduan bagi pelaku industri *event*

organizer dalam memanfaatkan WOM sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan daya saing di pasar.

3. **Bagi Penelitian Selanjutnya:** Penelitian ini membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut tentang pengaruh dimensi-dimensi pengalaman konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada berbagai jenis bisnis jasa lainnya.

Daftar Pustaka

- Arianto, A. (2023) Buku Ajar Manajemen Pemasaran.
- Handoko, N. T. and Melinda, T. (2021) '*Effect Of Electronic Word Of Mouth On Purchase Intention Through Brand Image As Media In Tokopedia*', 2021(4).
- Kemenparekraf, B. (2021) Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, Laporan Kinerja Ekonomi Kreatif 2020. Available at: <https://kemenparekraf.go.id/publikasi-statistik-ekonomi-kreatif/statistik-ekonomi-kreatif-2020>.
- MG,Noviarizal,F.(2023)*EkonomidanBisnis*.Availableat:<https://ekonomi.bisnis.com/read/20230105/12/1615458/industri-eo-bakal-tumbuh-pesat-tahun-ini-ini-salah-satu-faktornya>.
- Pratama, H., Suharyono, S., & Sunarti, S. (2022) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan *Word of Mouth* (Studi pada Pengguna Jasa Event Organizer di Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 86(1), 57-66.'
- Rahma, N., & Putri, D. (2024) 'Analisis Perilaku Konsumen dalam Pemilihan *Event Organizer* di Kota-kota Menengah Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 17(1), 89-104.'
- Raji, M. A. et al. (2024) '*Business Strategies In Virtual Reality: A Review Of Market Opportunities And Consumer*', 6(3), pp. 722–736. doi: 10.51594/ijmer.v6i3.883.
- Sahide, M. A. K. (2019) 'Buku Ajar Metodologi Penelitian Sosial.'
- Savitri, C. et al. (2020) 'Pengaruh *E-Promotion* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk di PT.XYZ', 4(2), pp. 253–279.
- Savitri, C. et al. (no date) 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.XXX', 4(2), pp. 234–252.
- Ummah, M. S. (2019) 'ekonomi dan bisnis', *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), pp. 1–14.
- Wang, et,. (2022) '*The Impact of Experiential Marketing on Consumer Behavior*' - *International Journal of Consumer Studies*'.
- Wijaya, T., & Paramita, E. L. (2021) '*The Impact of Electronic Word of Mouth on Purchase Intention: The Mediating Role of Brand Image Journal of Indonesian Economy and Business*,36(1),1-1'.
- Yayasan, P. and Menulis, K. (2021) Manjemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas.