

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pernikahan merupakan salah satu acara yang penting dalam hidup seseorang, dikarenakan rata-rata orang hanya akan menikah sekali seumur hidup. Namun pada zaman sekarang, untuk membuat acara pernikahan itu cukup rumit, mahal, dan proses yang membutuhkan banyak orang sehingga acara pernikahan bisa terjadi dengan lancar (Azizah, 2022).

Kesuksesan sebuah pernikahan bergantung pada orang-orang yang mengatur pernikahan tersebut, baik itu dalam eksekusi alur acara atau memenuhi keinginan dari klien. Berdasarkan Azizah, (2022) *Wedding organizer* (WO) merupakan bisnis yang menyediakan layanan untuk membantu pasangan pengantin dan keluarga mereka dalam mempersiapkan, merencanakan, dan juga mengelola acara pernikahan sesuai dengan konsep yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pengantin dan keluarga dalam rangkaian jadwal acara yang telah disusun. Secara singkat adalah *Wedding organizer* (WO) menawarkan jasa untuk mengatur dan membantu dalam resepsi pernikahan berdasarkan dari jadwal dan anggaran yang telah ditentukan (Rosadi, 2023). Untuk menyediakan pernikahan yang sesuai dengan keinginan pengantin pria dan wanita, dibutuhkan komunikasi yang tepat dan lancar antara WO, klien, dan vendor sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dalam membuat acara pernikahan.

Pernikahan adalah salah satu peristiwa penting dalam kehidupan seseorang yang membutuhkan perencanaan dan eksekusi yang matang. Acara pernikahan merupakan acara yang kompleks dan melibatkan banyak aspek yang perlu diperhatikan, oleh karena itu untuk membuat acara pernikahan diperlukan manajemen komunikasi yang baik agar tidak terjadi kendala dan acara dapat berjalan sesuai dengan harapan. Sebuah pernikahan yang ideal dari segi penyelenggaraan acara dapat dilihat oleh beberapa indikator. Pertama, kepuasan penyelenggaraan acara, di mana pasangan yang menikah merasa bahwa pernikahan mereka telah berlangsung dengan baik dan berakhir dengan sukses. Tjiptono (2016) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi

keinginan pelanggan. Hal ini merupakan salah satu cara untuk memastikan kepuasan pelanggan. Kedua, kemampuan untuk menyelesaikan masalah, di mana pihak WO memiliki tanggung jawab untuk menyelesaikan masalah yang terjadi baik itu sebelum atau seiring berjalannya acara. Keluhan dari pelanggan merupakan masalah yang perlu diselesaikan oleh pihak WO.

Ketika merancang sebuah acara pernikahan, berbagai kendala dapat muncul pada saat proses penyusunan acara pernikahan. Beberapa masalah atau kendala yang mungkin saja dihadapi dapat berupa permasalahan komunikasi antara WO dan klien. Misalnya kesulitan dalam melakukan mediasi antara pihak keluarga dan pengantin. Selain itu, adanya hambatan yang mengganggu alur acara, dan masih banyak lagi. Hal ini dikarenakan permintaan klien terkadang menyulitkan sehingga dapat mengubah persetujuan yang telah disepakati sebelumnya (Aini et al., 2024).

Berdasarkan Ahmisa (2020) dikutip dalam Rosadi (2023) dalam suatu acara pasti ada kendala dan masalah yang terjadi, oleh karena itu *wedding organizer* harus memiliki persiapan yang matang dan membuat strategi untuk setiap masalah dan kendala yang akan dihadapi nanti. Pada penelitian ini, klien yang dimaksud adalah *customer* yang telah diperoleh dan sedang dalam proses persiapan untuk membuat acara pernikahan. Selain itu, ada juga potensial *customer* yang memiliki kemungkinan untuk menjadi *customer*. Penulis menemukan bahwa ada beberapa kendala yang dialami oleh *customer* dan potensial *customer*. Kendala yang seringkali dialami oleh *customer* adalah terkadang konsep antara pengantin pria dan wanita itu bertolak belakang. Pada saat itu terjadi, WO bertugas untuk menjadi penengah antara kedua belah pihak (Azizah, 2022). Sedangkan kendala yang seringkali dialami oleh potensial *customer* adalah terkadang memiliki kesulitan untuk mencari WO yang dapat dipercaya, oleh karena itu mereka seringkali mencari rekomendasi dari teman atau *customer* sebelumnya (Rosadi et al., 2023).

Berdasarkan Alma & Priansa (2010) dikutip dalam Azizah (2022) dalam persaingan dunia bisnis, *wedding organizer* berusaha untuk menawarkan jasa mereka sebagai cara untuk merebut *market share* dan *new market* melalui berbagai cara dan inovasi yang ditampilkan. Persaingan dalam bisnis *wedding organizer* (WO) dapat dikatakan cukup sulit, hal ini dikarenakan telah banyak perusahaan

yang menyediakan jasa serupa. Bisnis *wedding organizer* (WO) memerlukan cara untuk mendapatkan konsumen yang lebih banyak. Salah satu cara adalah dengan memberikan layanan terbaik pada konsumen sehingga dapat memperoleh reputasi yang baik. Untuk memberikan layanan yang terbaik, maka WO memerlukan komunikasi yang baik dan konsisten dengan konsumen sehingga dapat memberikan pernikahan yang sesuai dengan konsep dan keinginan konsumen.

Komunikasi merupakan kunci yang penting dalam bisnis *wedding organizer* (WO). Komunikasi adalah proses kegiatan penyampaian agar dapat memahami pesan dari pengirim pesan terhadap penerima pesan (Moeloeng, 2018). Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang sangat penting, bukan hanya dalam kehidupan organisasi namun dalam kehidupan manusia secara umum (Damayani Pohan, 2021). Masalah yang dapat muncul akibat komunikasi yang kurang efektif dapat berupa seperti, terjadinya kesalahpahaman antara pihak WO dan pengantin, di mana konsep dalam rencana tidak sesuai dengan konsep yang diinginkan oleh pengantin. Hal ini dapat terjadi karena penyampaian pesan yang kurang efektif. Selain itu dapat terjadi kesalahpahaman ketika pembagian tugas di antara kru WO akibat komunikasi yang kurang efektif, hal ini dapat menyebabkan kru WO melakukan kesalahan atau penurunan dalam kinerja kerja mereka karena kru WO kurang mengerti secara sepenuhnya akan tugas mereka (Vesselia et al., 2024).

Proses penyusunan dan/atau pembuatan acara pernikahan itu melibatkan banyak orang sehingga dibutuhkan jembatan agar acara dapat berlangsung dengan lancar. WO berperan sebagai jembatan antara orang-orang yang terlibat acara pernikahan dan klien, seperti vendor atau *crew* WO. Hal ini diperlukan agar tidak terjadi kesalahpahaman antara klien dan orang-orang yang terlibat dalam acara pernikahan, baik itu berupa konsep atau ide pernikahan yang diinginkan oleh klien, seperti yang telah dikatakan oleh Azizah (2022) Layanan *wedding organizer* (WO) sangat dibutuhkan di era modern ini, dikarenakan WO tidak hanya merancang segala keperluan yang diperlukan, tetapi memberikan ide dan/atau konsep pernikahan juga, serta berperan sebagai mediator antara kedua belah pihak. Selain itu, seringkali terjadi perubahan terhadap hal-hal yang telah disepakati antara klien dan WO. Baik itu akibat perubahan keinginan klien atau perasaan tidak cocok yang

dirasakan oleh klien, hal ini dapat terjadi karena kesalahpahaman yang terjadi pada saat menyusun acara. Hal ini telah pernah dibahas pada jurnal Baraney (2014) “*event-organizer* seringkali mengalami kesulitan terutama dalam mempertemukan ide atau konsep dari klien dan pihak *event-organizer*, bahkan setelah ada kesepakatan seringkali juga ada perubahan pada waktu pelaksanaan sehingga ini bisa menjadi ketidakcocokan atau kesalahpahaman antara pihak klien dan penyelenggara”.

Ada beberapa hal dari pihak klien yang dapat menyebabkan terjadinya perubahan dalam rencana yang telah disepakati sebelumnya, yaitu: Keinginan antara pengantin pria dan wanita bertabrakan sehingga menyebabkan konflik, seringkali juga terjadi konflik, di mana keinginan antara pengantin dan pihak keluarga baik itu dari sisi pria atau wanita saling bertolak belakang atau bertabrakan, dan juga terkadang ada sesuatu hal yang perlu dimasukkan ke dalam rencana secara mendadak sehingga rencana perlu diubah untuk menyesuaikan kepada hal tersebut (Hanun & Rahmasari, 2022).

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pentingnya komunikasi antara WO dan klien dalam membuat acara pernikahan yang sukses. Penelitian ini akan berfokus akan apakah komunikasi yang dilakukan antara WO dan klien itu efektif dalam menyampaikan keinginan dan konsep pernikahan yang diinginkan klien. Peneliti menganggap masalah ini menarik untuk diteliti karena komunikasi antara kedua belah pihak yang berkaitan itu menentukan apakah acara yang ingin dilakukan akan berjalan dengan lancar dan juga dapat menyelesaikan masalah yang ditemukan seiring berjalannya acara. Penelitian ini penting untuk dieksplorasi karena berdasarkan dari penelitian ini dapat diketahui seberapa pentingnya komunikasi yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang berkaitan dalam memastikan keberlangsungan dan kesuksesan dari sebuah acara yang ingin dilaksanakan.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif melalui interview. Pendekatan ini dipilih agar dapat memahami secara mendalam akan proses

komunikasi yang terjadi antara wedding organizer dan klien, termasuk makna, strategi, serta hambatan yang dihadapi dalam membangun kelancaran event. Penelitian ini akan menggunakan perspektif komunikasi organisasi, khususnya dalam konteks komunikasi eksternal. Perspektif ini memandang bahwa komunikasi merupakan proses penting dalam menghubungkan organisasi (wedding organizer) dengan pihak eksternal (klien) untuk mencapai tujuan yang sama berupa keberhasilan sebuah event. Penelitian ini akan menggunakan teori komunikasi organisasi, teori interpersonal, dan teori manajemen hubungan. Secara konseptual, penelitian ini berlandaskan akan kerangka pikir strategi komunikasi organisasi, di mana strategi komunikasi mencakup akan proses pertukaran informasi, koordinasi, pengambilan keputusan bersama, hingga penyelesaian masalah selama proses kerja. Pendekatan ini akan menganalisis dan memperlihatkan seberapa penting komunikasi dan apa strategi komunikasi yang digunakan oleh WO.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, masalah yang ingin diteliti pada penelitian ini berkaitan dengan strategi komunikasi WO yang digunakan untuk membangun relasi dengan klien sebelum hingga selesainya acara. Dalam pelaksanaan acara pernikahan, komunikasi WO dan klien memiliki peran penting dalam memastikan seluruh konsep dan rencana acara. Namun, seringkali terjadi hambatan atau kendala komunikasi yang dapat menimbulkan kesalahpahaman, perubahan rencana, hingga konflik antara pengantin, keluarga, dan WO. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi WO dalam membangun kelancaran event, hambatan atau kendala komunikasi yang dihadapi WO saat berkomunikasi dengan klien, serta upaya yang dilakukan oleh WO untuk menyelesaikan hambatan atau kendala tersebut sehingga acara berjalan dengan lancar.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah, peneliti membuat beberapa pertanyaan penelitian yang akan membantu dalam mendapatkan jawaban dari masalah yang ingin diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi WO untuk membangun sebuah acara?
2. Apa saja hambatan komunikasi yang dihadapi WO komunikasi seiring proses perencanaan hingga pelaksanaan acara pernikahan?
3. Bagaimana cara atau solusi yang dilakukan WO dalam menyelesaikan hambatan komunikasi yang muncul seiring proses pembuatan acara?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, berikut merupakan tujuan dari penelitian ini:

1. Menganalisis strategi komunikasi WO dalam membangun sebuah acara.
2. Menganalisis strategi komunikasi WO dalam menyelesaikan masalah yang muncul seiring proses pembuatan acara.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan memperkaya pemahaman dalam studi komunikasi organisasi khususnya pada organisasi *wedding organizer*, dengan fokus akan strategi komunikasi yang digunakan dalam menangani klien, memecahkan masalah yang muncul, dan membuat acara yang lancar. Selain itu, penelitian ini dapat membantu dalam meningkatkan kualitas studi mengenai strategi komunikasi yang digunakan untuk membuat sebuah acara yang lancar. Penelitian ini juga dapat memberikan kesempatan baru bagi penelitian lanjutan mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh *wedding organizer* untuk membuat sebuah acara yang lancar.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan-perusahaan event dan/atau *wedding organizer* lainnya dalam membuat strategi komunikasi mereka. Di mana penelitian ini dapat memperlihatkan bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan sehingga berhasil membuat sebuah acara yang lancar.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Dari sisi sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan atau wawasan baru mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh *wedding organizer* dalam memastikan keberhasilan dari sebuah acara. Penelitian ini diharapkan dapat memperlihatkan mengenai usaha dan kerja keras *wedding organizer* dalam memastikan keberhasilan sebuah acara. Selain itu, penelitian ini dapat membantu masyarakat untuk lebih memahami akan bagaimana proses pekerjaan sebuah *wedding organizer* dalam membuat sebuah acara yang lancar, di mana kebanyakan masyarakat hanya dapat melihat hasil acara atau keberlangsungan acara namun kurang mengetahui akan proses pembuatan acara tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan untuk dapat mendorong masyarakat untuk lebih toleran akan kesalahan yang terjadi dalam sebuah acara.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi antara WO dan klien, di mana hal ini tidak termasuk kepada vendor-vendor yang bekerja sama dengan WO dalam membuat acara tersebut. Kedua penelitian ini memiliki sumber daya yang terbatas, baik itu dalam hal waktu maupun data yang tersedia, yang berarti analisis audiens terbatas dan bukan masyarakat secara luas.