

**STRATEGI KOMUNIKASI HUBUNGAN MASYARAKAT LILY
PROJECT DALAM MENINGKATKAN KUALITAS JASA PELAYANAN
WEDDING ORGANIZER DISAAT PANDEMI**

Surya Devi Arsita

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Jember

Email : suryadevi1604@gmail.com

Abstrak

Arsita, Surya Devi. 2022. *Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Lily Project dalam Meningkatkan Kualitas Jasa Pelayanan Wedding Organizer Disaat Pandemi*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.

Kata Kunci : *Komunikasi Humas, Kualitas Jasa Pelayanan, Wedding Organizer Lily Project, Pandemi*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa, mengamati, dan strategi yang humas Lily Project gunakan dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan disaat pandemi itu sudah berjalan dengan maksimal atau tidak, karena kesuksesan perusahaan dalam meningkatkan serta menjaga kualitas jasa pelayanan tergantung apa yang dilakukan humas atau apa yang dikatakan pimpinan, dan management. Hubungan antara fungsi humas dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan wedding organizer Lily Project disaat pandemi, dengan memanfaatkan fungsi humas sebagai strategi perusahaan dalam membuat peningkatan kualitas jasa pelayanan yang ada di wedding organizer Lily Project disaat pandemi. Dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi yang mempengaruhi peningkatan kualitas jasa pelayanan wedding organizer Lily Project disaat pandemi adalah perencanaan yang terencana dan terarah, struktural perusahaan yang tersusun rapi, kinerja crew yang baik sesuai kebijakan pimpinan, penempatan tugas perdevisi yang tepat sesuai kemampuan, hubungan baik dengan crew, vendor, dan pelanggan, selalu mengasah kreativitas dan inovasi – inovasi baru, dan evaluasi agar kinerja yang dilakukan

dapat meningkat. Dengan adanya temuan Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Kualitas Jasa Pelayanan Wedding Organizer Disaat Pandemi tersebut dapat menambah minat pelanggan serta dapat terus meningkatkan kualitas jasa pelayanan yang ada dan lebih meningkatkan kreativitas, semakin terus berinovasi dan berkembang.

Abstract

Arsita, Surya Devi. 2022. *Lily Project Public Relations Communication Strategy in Improving the Quality of Wedding Organizer Services During a Pandemic*. Thesis, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Muhammadiyah Jember.

Keywords : *Public Relations Communication, Service Quality, Lily Project Wedding Organizer, Pandemic*

This study aims to analyze, observe, and the strategies that Lily Project public relations use in improving the quality of services when the pandemic is running optimally or not, because the company's success in improving and maintaining the quality of services depends on what the PR does or what the leadership says, and management. The relationship between the public relations function in improving the quality of Lily Project wedding organizer services during a pandemic, by utilizing the public relations function as a company strategy in improving the quality of services available at the Lily Project wedding organizer during a pandemic. It can be concluded that the strategies that affect the quality improvement of Lily Project wedding organizer services during the pandemic are planned and directed planning, well-organized company structure, good crew performance according to leadership policies, proper placement of divisional tasks according to abilities, good relations with crew, vendors, and customers, always hone creativity and new innovations, and evaluate so that the performance can be improved. With the findings of the Public Relations Communication Strategy in Improving the Quality of Wedding Organizer Services During the Pandemic, it can increase customer interest and can continue to improve the quality of existing services and further increase creativity, continue to innovate and develop.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penelitian ini mendeskripsikan strategi komunikasi hubungan masyarakat Lily Project dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan Wedding Organizer disaat pandemi. Dari penelitian tersebut, penelitian ini menjadi penting guna melihat bagaimana sebuah jasa WO mengatur komunikasi hubungan masyarakat (humas) perusahaan guna meningkatkan kualitas jasa pelayanan WO disaat pandemi. Karena disaat pandemi sekarang wedding organizer sangat dibutuhkan ketika melaksanakan pernikahan sekarang. Jadi kenapa peneliti mengambil judul seperti diatas, karena peneliti ingin mengetahui peran strategi komunikasi hubungan masyarakat terhadap peningkatan kualitas jasa pelayanan WO disaat pandemi sekarang.

Strategi humas yaitu alternative optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas (Ruslan, 2006). Strategi humas terdapat dalam beberapa usaha salah satunya adalah Wedding Organizer yang merupakan sebuah usaha jasa untuk menyelenggarakan pernikahan. Jasa wedding organizer bisa mengontrol biaya yang sesuai budget, selain itu wedding organizer akan membuat jadwal kegiatan seperti fitting baju pengantin, menemani ketika make up, tes food catering, dan lain – lain.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Strategi Komunikasi Humas

2.1.1 Teori Humas

Menurut Jefkins, 1992 “Humas ialah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan khusus yang berlandaskan pada saling pengertian.

2.1.2 Strategi Humas

Mengacu kepada pola strategi humas, maka berdasarkan Ahmad S.Adnan Putra yang dikutip oleh (Ruslan, 2006), strategi humas ialah : “alternatif optimal

yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas”. Sebagaimana yang kita ketahui humas bertujuan untuk menegakan serta mengembangkan suatu “citra yang menguntungkan” bagi organisasi atau perusahaan, atau produk barang serta jasa terhadap para stakeholdernya target yang terkait yaitu publik internal serta publik eksternal.

2.2. Tahapan Proses Strategi Humas

- a. Penelitian
- b. Perencanaan
- c. Pelaksanaan
- d. Evaluasi

2.3. Wedding Organizer

Wedding organizer menurut (Sumarsono, 2007) merupakan forum atau badan yang khusus melayani jasa dibidang pernikahan, yang secara langsung membantu calon pengantin mempersiapkan segalanya yang berhubungan dengan menggunakan acara sakral pernikahan supaya berjalan lancar sesuai dengan yang diinginkan. Wedding Organizer juga membantu mengkoordinasikan konsep pernikahan, membantu mengestimasi budget pernikahan serta mengatur jalanya prosesi pernikahan sehingga acara pengantin dapat berjalan dengan maksimal. Wedding organizer saat ini memang sangat populer, dikarenakan dapat memaksimalkan biaya, tenaga, dan dapat manajemen waktu yang baik. Terdapat banyak wedding organizer di Jember, salah satunya yaitu Lily Project.

2.4. Defisi Pelayanan

Pelayanan secara umum ialah setiap aktivitas yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini harapan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi (Kasmir, 2010). Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan ialah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang dibutuhkan seseorang) pada hakekatnya pelayanan ialah serangkaian aktivitas yang merupakan proses.

2.5. Kerangka Pemikiran

Wedding organizer beberapa tahun ini sangat berperan dalam pelaksanaan pernikahan, tetapi disaat pandemi sekarang yang membuat wedding organizer di kabupaten Jember menurun salah satunya Lily Project. Dan disinilah humas Lily Project berperan penting supaya public tertarik untuk memakai jasa wedding organizer disaat pandemic salah satunya dengan meningkatkan kualitas jasa pelayanan.

Penelitian ini lebih fokus kepada strategi komunikasi humas Lily Project dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan wedding organizer disaat pandemi. HumasProject yang berperan sebagai pemberi masukan, dan mengatur perencanaan yang sesuai dengan program aktivitas yang telah di tentukan sebelumnya.

Kebijakan pimpinan, strategi perusahaan adalah hal yang mempengaruhi perkembangan kualitas jasa pelayanan wedding organizer Lily Project, oleh karena itu untuk mengetahui faktor – faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan kualitas jasa pelayanan juga dibutuhkan kebijakan – kebijakan dari direktur dan humas untuk mengontrol wedding organizer, serta penggunaan media sosial Lily Project yang mempermudah klien atau pelanggan untuk berkomunikasi, menilai tentang jasa pelayanan wedding organizer Lily Project. Bagaimana peran humas berkoordinir program – program kerja antar crew wedding organizer Lily Project secara efektif dan efisien. Bentuk peran crew, vendor dalam membantu meningkatkan kualitas jasa pelayanan wedding organizer Lily Project. Peneliti akan meneliti di sebuah lokasi yang menjurus khusus Wedding Organizer Lily Project dalam upaya meningkatkan kualitas jasa pelayanan di saat pandemi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2011), metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang

berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen).

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian ini adalah *wedding organizer* Lily Project yang beralamat di jalan nusantara vi no.d-17, kaliwates kidul, kaliwates, kec. Kaliwates, kabupaten jember, jawa timur 68133 yang berada di pusat kota jember. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 2 Februari 2022 – 25 Februari 2022.

3.3. Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini adalah owner atau pemilik, crew, pelanggan, vendor serta humas Lily Project. Pemilihan tersebut dikarenakan sumber data sangat relevan dengan hal yang akan diteliti serta bagian tersebut bergerak dalam bidang strategi komunikasi humas yang merencanakan dan terjun langsung ke lapangan untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan wedding organizer disaat pandemi.

3.4. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, karena peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, maka instrumen penelitian yang peneliti pakai yaitu dengan wawancara guna memudahkan peneliti dalam mengambil data dengan informan, observasi, serta dokumentasi, dengan menggunakan alat – alat dokumentasi seperti handphone dan alat tulis.

3.5. Teknik Penentuan Sumber Data

Teknik penentuan sumber data pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang artinya pengambilan sampel berdasarkan tujuan penelitian. Karakteristik khusus metode *purposive sampling* yaitu total subjek yang akan diteliti dimana harus ditetapkan terlebih dahulu, setelah itu peneliti dapat melakukan penelitian.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan yaitu harus sesuai dengan data kualitatif. Setelah itu semua data dan informasi terkumpul. Maka proses analisis ditempuh melalui proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Profil Perusahaan Lily Project

Wedding organizer Lily Project adalah salah satu jasa *wedding organizer* di Jember yang beralamat di Perum Bumi Kaliwates jalan Nusantara VI No. D-17 16131 Jember sejak tahun 2017, menangani acara pernikahan, ulang tahun, khitanan, dan lain sebagainya. *Klien* Lily Project terdapat dari beberapa kalangan seperti instansi pemerintahan, perusahaan PT/CV, serta perorangan yang didukung oleh professional team dalam bidang *wedding organizer*. *Wedding organizer* Lily Project adalah jasa *wedding organizer*, *wedding planner*, *event organizer* yang membantu merencanakan, mengorganisir, dan menyelenggarakan proses pernikahan atau acara lainnya agar berlangsung dengan baik dan maksimal.

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1 Perencanaan, Pengorganisasian terhadap Crew, Berkomunikasi terhadap Crew, serta Evaluasi Hasil dapat berpengaruh terhadap strategi komunikasi humas Lily Project dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan wedding organizer disaat pandemi.

Menurut humas Lily Project perencanaan, pengorganisasian, komunikasi dengan crew dan evaluasi hasil harus saling berkaitan. Karena dengan adanya 4 strategi tersebut maka perusahaan akan berjalan dengan lancar, dan dapat

meningkatkan kreatifitas, inovasi – inovasi, juga dapat membantu dalam peningkatan kualitas jasa pelayanan disaat pandemi.

4.2.2. Pelanggan, Crew, Vendor adalah faktor – faktor dapat berpengaruh terhadap strategi humas Lily Project dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan wedding organizer disaat pandemi .

Menurut wawancara dengan keseluruhan, dapat dilihat bahwa pelanggan, crew, vendor dapat berpengaruh dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan *wedding organizer* Lily Project disaat pandemi. Bukan hanya itu, menurut hasil wawancara, dapat dijelaskan juga bahwa humas Lily Project dalam menjalankan tugasnya sudah sangat baik, seperti memberi edukasi terkait protokol kesehatan, memberi penjelasan yang kurang dimengerti hingga detail, komunikasi yang baik sehingga tidak ada kesalahpahaman yang terjadi. Brand image Lily Project yang mewah, mahal, dan professional crew itu memang benar dan memang sesuai dengan hasil kinerja *wedding organizer* Lily Project yang sudah dikerjakan.

4.2.3. Kebijakan Pimpinan Dan Strategi Perusahaan Dapat Berpengaruh Dalam Meningkatkan Hubungan Humas Lily Project Dengan Pelanggan.

Hasil wawancara dengan tim kreatif, tim produksi, dan owner Lily Project dapat diketahui bahwa dalam meningkatkan hubungan humas dengan pelanggan selalu menyampaikan informasi dengan detail, komunikasi dengan maksimal sehingga tidak terjadi kesalahpahaman. Selain itu juga SOP, RAB harus ada dan harus dijelaskan dengan rinci, sehingga jika SOP, RAB dapat persetujuan kedua pihak maka kegiatan selanjutnya akan terarah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pada dasarnya humas dalam suatu perusahaan maupun organisasi sangat berperan penting karena dengan adanya

humas membuat perusahaan akan lebih terarah, dan membuat segala sesuatu yang sulit untuk diselesaikan akan lebih ringan dan lebih mudah dikerjakan. Sedangkan kualitas jasa pelayanan *wedding organizer* Lily Project disaat pandemic sudah sangat baik tetapi juga harus ditingkatkan lagi supaya pelanggan atau klien memiliki kesan lebih baik lagi terhadap *wedding organizer* Lily Project. Humas juga sangat membantu untuk mencapai visi dan misi *wedding organizer* Lily Project agar mencapai keberhasilan bersama, dengan adanya humas dan struktural yang tertata rapi yang merupakan faktor utama atau faktor yang paling penting di sebuah perusahaan dalam pencapaian visi dan misi bersama agar dapat meningkatkan kualitas jasa pelayanan *wedding organizer* Lily Project disaat pandemi, karena dengan adanya peningkatan kualitas jasa pelayanan disaat pandemi, dari hasil wawancara, otomatis minat pelanggan akan juga meningkat.

5.2. Saran

Melihat kondisi yang ada dan sehubungan dengan peningkatan kualitas jasa pelayanan *wedding organizer* Lily Project disaat pandemi, maka saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut :

Tetap menjadi *wedding organizer* Lily Project yang memiliki kualitas jasa pelayanan yang baik, serta tetap menjadi *wedding organizer* Lily Project yang memiliki brand image yang mahal, mewah, serta memiliki professional crew, dan selalu memberikan pelayan yang terbaik untuk pelanggan, dapat membantu mewujudkan *wedding dream* atau pernikahan impian pelanggan, sehingga kualitas jasa pelayanan akan terus meningkat apalagi disaat pandemi sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Albi Anggito & Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi: sebuah pengantar ringkas*. Armico.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Canfield, B. R. (1952). *Public Relations: Principles and Problems*. R.D. Irwin.
- Cutlip, C. & B. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Pt. Kencana Prenada Media Group.
- Denzin & Lincoln. (2009). *Handbook Of Qualitative*. Pustaka Pelajar.
- Effendy, O. U. (2006). *hubungan masyarakat suatu studi komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Hasibuan, M. S. P. (2005). *Dasar - Dasar Perbankan*. PT. Bumi Aksara.
- Husein Umar. (2003). *Strategic Manajemen of Strategic PR*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jefkins, F. (1992). *Hubungan Masyarakat*. Intermedia.
- Kasmir. (2010). *Manajemen Perbankan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kusumastuti, F. (2004). *Dasar - Dasar Hubungan Masyarakat* (Cetakan ke). Ghalia Indonesia.
- McNamara, J. (2000). *Public Relations Handbook for Managers and Executives*. Prentice Hall Ltd, Sidney.
- Mulyana, D. (2000). *Human Communication Prinsip-prinsip Dasar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Munir. (2006). *Manajemen Pelayanan Umum*. PT. Bumi Aksara.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Cakra Books.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Vol. 17 No, 15*.
- Ruslan, R. (2006). *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi* (Revisi). PT. Raja Grafindo.

Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations serta Media Komunikasi*. Rajawali Pers.

Scott M. Culp, A. H. C. & G. M. B. (1982). *Effective Public Relations* (Ed. 9 Cet.). PT. Kencana.

Sitepu, E. S. (2011). *Professional Public Relations*. USU Press.

Soyomukti, N. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Ar - Ruzz Media.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sumarsono. (2007). *Pengantar Semantik*. PT. Gramedia.

