

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Strategi komunikasi adalah perpaduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management), artinya suatu perencanaan yang sudah disusun serta dipersiapkan terlebih dahulu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Arifin, 1984 menyatakan bahwa elemen yang harus diperhatikan didalam merumuskan strategi komunikasi merupakan pengenalan khalayak, pesan, media, komunikator, serta metode. Metode yang dimaksud peneliti yaitu cara atau prosedur humas Lily Project dalam mengatur manajemen perusahaan, mengatur serta meningkatkan hubungan dengan crew Lily Project. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi sebuah kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun saat tertentu. Menurut Rangkuti, 2009:183, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, tujuan utamanya agar perusahaan bisa melihat secara objektif syarat internal serta eksternal (Rangkuti, 2009:183).

Menurut “*The Internastional Public Relations Association (IPRA)*” dalam buku (Effendy, 2006: 20 - 21), hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan bersinambungan, dengan itu organisasi – organisasi serta lembaga – lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, serta dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya, dengan menilai pendapat umum di antara mereka, untuk mengorelasikan sebisa mungkin, kebijaksanaan serta tata cara mereka, informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif serta mencapai kepentingan bersama yang lebih efisien (Effendy, 2006: 20 - 21). Menurut peneliti untuk mencapai kepentingan bersama maka humas Lily Project harus menciptakan hubungan harmonis dan baik antara humas Lily Project dengan pelanggan.

Humas bertujuan untuk menegakkan serta mengembangkan suatu “citra yang menguntungkan” bagi organisasi atau perusahaan, atau produk barang serta jasa terhadap para stakeholdernya target yang terkait yaitu public internal serta publik eksternal. Humas juga memiliki beberapa tahapan atau beberapa faktor yang dapat mempengaruhi strategi komunikasi humas supaya berjalan dengan baik diantaranya perencanaan, pengorganisasian, berkomunikasi, pengawasan, serta penilaian (Ruslan, 2016:25). Menurut Canfield, 1952 yang dalam bukunya. *Public Relations: Principles and Problems*, menyatakan terdapat beberapa fungsi humas sebagai berikut:

1. *It should serve the public's interest* (Pengabdian kepada kepentingan umum).
2. *Stress good morals and manners* (Menitikberatkan moral dan perilaku yang baik)
3. *Maintain good communication* (Memelihara komunikasi yang baik).

Dalam buku Effendy, 2006 yang berjudul *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi* menjelaskan bahwa humas sebagai metode komunikasi itu dilaksanakan melalui tahap – tahap penelitian (research/ fact finding), perencanaan (planning), penggiatan (action), serta penilaian evaluation.

Sedangkan pengertian 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.

Berdasarkan buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Soyomukti, 2012:55-57) menyampaikan bahwa istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin communis, yang berarti ‘membentuk kebersamaan’ atau ‘membuat kebersamaan antara dua orang atau lebih’. Akar kata communis adalah communico, yang artinya ‘berbagi’. pada hal ini, yang dibagi adalah pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Jadi, secara umum , komunikasi mampu diartikan sebagai usaha penyampaian pesan antar manusia. Untuk memudahkan kita mendefinisikan serta memahami komunikasi, kita harus mengerti hakikat komunikasi. Kita harus mengambil unsur-unsur komunikasi yang merupakan elemen yang selalu ada saat kita bicara perihal

komunikasi, untuk mengidentifikasi apakah suatu peristiwa atau gejala bisa kita sebut komunikasi atau bukan. Dari apa yang kita bahas pada atas, setidaknya terdapat tiga unsur yang mampu kita gunakan:

1. Usaha;
2. Penyampaian pesan ; dan
3. Antar manusia.

Dalam penyampaian program *public relations* seperti sosialisasi dari perusahaan kepada publik diperlukan komunikasi yang efektif. Dalam buku *Human Communication*, menurut Mulyana, 2000:2 berkata bahwa:

Komunikasi dikatakan efektif jika orang berhasil memberikan apa yang dimaksudnya. salah satu ukuran efektivitas komunikasi yaitu dengan cara melihat secara umum , komunikasi dikatakan efektif jika rangsangan yang disampaikan serta yang dimaksudkan pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap serta dipahami oleh penerima (Mulyana, 2000:2). Untuk menilai komunikasi yang efektif pada *public relations* dibutuhkan prinsip – prinsip primer pada proses komunikasi diantaranya: *credibility* (dapat dipercaya), *context* (konteks), *content* (isi), *clarity* (kejelasan), *continuity and consistency* (kelanjutan dan konsistensi), *channel* (saluran) serta *capability of the audiens* (kapasitas atau kemampuan pendengar) (Cutlip, 2006:357-358).

Dalam penelitian ini, strategi komunikasi humas yang dilakukan *wedding organizer* Lily Project yaitu dengan mengedukasi pelanggan terkait pandemi saat ini, mengedukasi crew terkait pandemi, membuat paket harga yang sesuai agar dapat menarik pelanggan, membuat konten di akun tik tok dan akun instagram yang menarik sehingga dapat membuat orang tertarik untuk menggunakan jasa *wedding organizer* Lily Project.

Menurut peneliti, pernikahan merupakan prosesi yang sangat sakral. Pernikahan adalah sebuah fase dimana dua manusia melepas status lajangnya serta bersepakat membentuk satu keluarga. Pernikahan menjadi satu prosesi dua manusia memasuki jenjang baru dalam hidup berkeluarga. Bukan hanya penting bagi sang mempelai. Pernikahan ialah sebuah event penting bagi orang-orang dekat disekeliling mempelai, yakni keluarga. Pernikahan juga menjadi ajang bertemunya dua keluarga mempelai guna membentuk menjadi satu keluarga besar . Melihat hal

tersebut, pernikahan kemudian diekspresikan melalui pergelaran sebuah event yang harus dirancang berkesan.

Mengapa harus *wedding organizer*?. Jadi alasan harus menyewa jasa *wedding organizer* di masa pandemi yaitu

1. manajemen waktu
2. mengontrol biaya
3. terkonsep serta terarah
4. ketatnya protokol kesehatan.

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. *wedding organizer* bertugas sebagai perencana, yaitu memberi usulan serta pendapat tentang konsep acara, biaya, venue, vendor-vendor, seperti dekorasi, katering, foto video, multi media, MC (Master Of Ceremony), dan lainnya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan calon pelanggan / pengantin.

Maka dari itu *wedding organizer* banyak dicari oleh calon pengantin saat ini. Keberadaan *wedding organizer* sangat dicari saat ini, karena dapat menjaga protokol kesehatan dengan ketat. Selain itu juga dapat mewujudkan impian pernikahan calon pengantin. Dari hasil wawancara yang diperoleh terlihat banyaknya *wedding organizer* di Jember, salah satunya Lily Project. Dengan banyaknya *wedding organizer* di Jember, sehingga Lily Project harus bersaing dengan menyiapkan strategi khusus pada masa pandemi saat ini untuk mencapai target tertentu. Langkah penting untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan *wedding organizer* disaat pandemi saat ini bagaimana strategi komunikasi hubungan masyarakat yang dilakukan Lily Project.

Pandemi Covid-19 ini, mengakibatkan diterapkannya berbagai kebijakan untuk memutus mata rantai penyebaran virus covid-19 di Indonesia. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah di Indonesia salah satunya dengan menerapkan himbuan kepada masyarakat agar melakukan physical distancing yaitu himbuan untuk menjaga jarak diantara masyarakat, menjauhi aktivitas dalam segala bentuk kerumunan, perkumpulan, serta menghindari adanya pertemuan yang melibatkan banyak orang. Upaya tersebut ditujukan pada masyarakat agar dapat dilakukan

untuk memutus rantai penyebaran pandemi covid-19 yang terjadi saat ini. Di masa pandemi saat ini, yang paling penting dalam mempersiapkan pernikahan yaitu protokol kesehatan. Terkadang tamu undangan, orang yang membantu meremehkan akan hal itu, jadi untuk solusi mewujudkan impian pernikahan menggunakan protokol kesehatan yang ketat dengan menyewa jasa *wedding organizer* di Lily Project.

Lily Project yaitu Jasa Pelayanan *wedding organizer* yang berada di kota Jember. Dimana Lily Project memiliki visi yaitu *Everything is Number One* yang artinya apapun itu, siapapun itu, mereka adalah nomor satu. Kenapa harus Lily Project?. Dari beberapa orang yang pernah peneliti tanya tentang Lily Project, ternyata mindset orang terhadap Lily Project adalah *wedding organizer* yang mewah dan mahal dengan professional crew. Lily Project juga mempersiapkan kebijakan perusahaan seperti salah satunya SOP.

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, serta peneliti ingin mengetahui kenapa minat pelanggan *wedding organizer* Lily Project disaat pandemi sangat menurun berbeda dengan sebelum pandemi yang minat pelanggan yang banyak. Dari 17 *wedding organizer* di Jember, alasan peneliti mengambil objek Lily Project dikarenakan *wedding organizer* Lily Project memiliki *brand image* yang mewah, mahal, dan memiliki *professional crew*.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti dapat menjelaskan bahwa disinilah fungsi humas Lily Project dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan WO disaat pandemi terhadap calon klien, karena humas dalam *wedding organizer* di Lily Project adalah ujung tombak dari perusahaan Lily Project. Setidaknya humas Lily

Project memiliki pemikiran baik terhadap biaya dan kualitas Lily Project. Atas dasar hal tersebut maka peneliti mengajukan judul “Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Lily Project Dalam Meningkatkan Kualitas Jasa Pelayanan Wedding Organizer Disaat Pandemi”.

1.2. Rumusan Masalah

Setelah peneliti melihat latar belakang yang ada maka dirumuskan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini yang akan menjadi rumusan masalah didalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi humas Lily Project dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan disaat pandemi?
2. Faktor apa saja yang berpengaruh terhadap strategi komunikasi humas dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan disaat pandemi?
3. Bagaimana hubungan humas Lily Project dengan pelanggan dalam upaya meningkatkan kualitas jasa pelayanan disaat pandemi?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi humas Lily Project dalam upaya meningkatkan kualitas jasa pelayanan *wedding organizer* disaat pandemi.
2. Untuk mengetahui faktor - faktor yang berpengaruh terhadap strategi humas Lily Project dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan *wedding organizer* disaat pandemi.
3. Untuk mengetahui serta meningkatkan hubungan humas Lily Project dengan pelanggan dalam upaya meningkatkan kualitas jasa pelayanan *wedding organizer* disaat pandemi.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu

1. Secara Teoritis

Manfaat secara teoritis yaitu dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap dapat berbagi ilmu pengetahuan dan dapat berkontribusi berkaitan dengan strategi hubungan masyarakat (humas)

2. Secara Praktis

- a. Manfaat secara praktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan memberi masukan dan membantu humas dalam merancang strategi serta berkomunikasi supaya dapat mencapai tujuan yang diinginkan dengan tercapainya visi dan misi.
- b. Yang kedua, diharapkan penelitian ini berguna bagi para pembaca, humas serta crew/karyawan perusahaan dengan menambah wawasan untuk memberi masukan terhadap penelitian berikutnya.

1.5. Kerangka Pikiran

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. Humas Project 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.

Lily Project khususnya dibidang *wedding organizer* yang bertujuan untuk menemukan perkembangan dan mempertahankan kualitas jasa pelayanan sehingga

wedding organizer tetap berjalan meskipun disaat pandemi. Hal ini tidak bisa terlepas dari dukungan leader project, crew, vendor, humas, tim kreatif, serta tim produksi sebagai tenaga yang membantu atau memberikan teknik – teknik promosi.

Dengan adanya peningkatan kualitas jasa pelayanan *wedding organizer* disaat pandemi yang didalamnya mencakup professional crew, aktifnya media sosial, kreatifitas, pemilihan vendor professional yang merupakan faktor penunjang yang dapat berdampak terhadap kualitas jasa pelayanan disaat pandemi. Dalam hal ini tidak lepas dukungan dari para vendor, dan crew sebagai penunjang kualitas jasa pelayanan disaat pandemi. Maka dari itu pelanggan atau klien tidak ragu untuk memilih Lily Project meskipun membutuhkan biaya yang cukup besar.

1.6. Hipotesis

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.
2. Pelanggan, Crew, dan Vendor adalah faktor – faktor dapat berpengaruh terhadap strategi humas Lily Project dalam meningkatkan kualitas jasa pelayanan *wedding organizer* disaat pandemi .
3. Kebijakan Pimpinan dan Strategi Perusahaan dapat berpengaruh dalam meningkatkan hubungan humas Lily Project dengan pelanggan.