

**POLA KOMUNIKASI *CREW* DENGAN KLIEN DALAM PELAKSANAAN
ACARA PERNIKAHAN PADA SHAKILA *WEDDING ORGANIZER***



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana S1 Dalam Ilmu Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh :

**Intan Vesselia
2010501004**

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG

1445H/2024M

NOTA PEMBIMBING

Hal : **Persetujuan Ujian Munaqosah**

Kepada Yth. Bapak Dekan Fakultas
Dakwah dan Komunikasi UIN Raden
Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

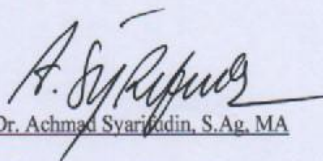
Setelah mengadakan bimbingan pemeriksaan dan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul "**Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila weddin Organizer**". Yang ditulis oleh saudari Intan Vesselia dengan NIM 2010501004 telah dapat diajukan dalam ujian Munaqosah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.
Wassalamuallaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palembang, 30 April 2024

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Achmad Syarifuddin, S.Ag, MA

NIP.197311102000031003


M. Randicha Hamandia, M.Sos

NIP.199207142019031010

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Intan Vesselia
NIM : 2010501004
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi : "Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Pada Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer"

Telah di Munaqosyahkan dalam sidang terbuka fakultas dakwah dan komunikasi UIN Raden Fatah Palembang pada:

Hari/Tanggal : Senin, 27 Mei 2024
Tempat : Lantai 2, Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) Pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi.

Palembang, Juni 2024

Dekan



Dr. Achmad Syarifudin, M.A

NIP. 197311102000031003

KETUA

Dr. Emi Murdiati, M. Hum
NIP.196802261994032006

SEKRETARIS

M. Randicha Hamandia, M. Sos
NIP.199107142019051010

PENGUJI I

Dr. Fitri Hasmawati, M.Si
NIP. 197007241992032001

PENGUJI II

Sri Hertimi, M.Si
NIP. 197212102022212007

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Intan Vesselia
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 02 Oktober 2002
NIM : 2010501004
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Pola Komunikasi *Crew* Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada *Shakila Wedding Organizer*

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan serta pemikiran saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 29 April 2024
Yang Membuat Pernyataan



Intan Vesselia
NIM:2010501004

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Karunia Allah yang paling lengkap adalah menjalani kehidupan berdasarkan ilmu”

-Ali bin Abi Thalib -

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil Aalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT.

Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu tercinta, terima kasih untuk do'a yang selalu mengiringi langkahku, terima kasih untuk keringat kalian yang mengalir demi mencukupi kebutuhanku. Pengorbanan Ayah dan Ibu tidak bisa diukur hanya menggunakan alat pengukur manapun, tapi aku berjanji tidak akan membuat pengorbanan kalian sia-sia begitu saja. Sekali lagi terima kasih untuk kasih sayang yang tidak ada habisnya, sehat selalu surgaku, karena masih banyak hal lain yang ingin ku persembahkan untuk kalian Ayah Ibuku tersayang.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr:wb

Alhamdulillah puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikandengan baik. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluargadan seluruh sahabatnya. Skripsi ini berjudul **“Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Pada Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer”** yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 (S-1) ProgramStudi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menerima bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S.Ag., M.Si., selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang beserta staf pimpinan lainnya.
2. Bapak Dr. Achmad Syarifudin. S.Ag., M.A., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,Dosen Penasihat Akademik,dan Pembimbing Utama penulis yang sangat sabar memberikan motivasi,dukungan,serta arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Neni Noviza, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, yang telah memberikan arahan serta saran dalam penyusunan Skripsi ini..

4. Bapak M. Randicha Hamandia, M.Sos., selaku pembimbing kedua, yang telah dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, mencurahkan tenaga dan pikiran dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Kedua Orang tua Saya Ayahanda Tri Yuni Hasnan dan Ibunda Desi Damayanti, Orang yang Hebat yang rela bekerja keras banting tulang demi membantu Anak Perempuannya meraih mimpinya memakai Toga dan bergelar Sarjana. Tiada kata apapun yang bisa Penulis utarakan selain Terima Kasih untuk semua kerja keras dan Pengorbanan kalian, semoga usaha kalian di dunia untuk Pendidikan anak-anak kalian berbalas pahala dan di bahagiakan di Dunia dan Akhirat.
6. Kedua Adik Perempuan saya tersayang, Kirani Alvionita dan Maudy Nafisyah yang selalu menjadi penyemangat dan pendorong penulis untuk meraih kesuksesan.
7. Muhammad Rayhan, S.Tr.Par, yang selalu berada disisi penulis untuk mendukung, meluangkan waktu dan selalu memberi arahan jikalau penulis membutuhkan arahan.
8. Sahabat-Sahabat penulis, Ayu Wandira, Muhammad Azhari Ibnu Tablia, Rizky Indra Saputra, M. Rizki Alzani, Anggun Dwi Agustina, M. Ihza Fahlevi, Agefa Syefa Lestari, terima kasih terdalam penulis ucapkan atas segala bantuan, waktu, suport dan kebaikan yang sudah di berikan pada Penulis di saat masa sulit mengerjakan Skripsi, semoga mendapat balasan baik atas segala kebaikan yang sudah di berikan kepada Penulis.

9. Teman-teman KPI A angkatan 2020, terima kasih sudah meluangkan waktu untuk menjadi bagian dari kisahku, harapan kecilku kita bisa bertemu kembali nanti dengan versi terbaik masing-masing.

Dalam penulisan Skripsi ini Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan sarannya yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan yang akan datang. Akhirnya rasa syukur yang tak terhingga, penulis ucapkan terima kasih semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan dapat menambah khazanah bagi Ilmu Pengetahuan.

Palembang, 25 April 2024

Penulis,

Intan Vesselia

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6

BAB II TINJAUAN TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka.....	7
B. Kerangka Teori.....	11
1. Acara Pernikahan.....	11
2. Wedding Organizer.....	11
3. Klien.....	13
4. Crew (Tim).....	14
5. Komunikasi.....	17
6. Pola Komunikasi.....	17

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian	20
B. Pendekatan Penelitian	21
C. Data dan Sumber Data	23
1. Data Primer	23
2. Data Sekunder	23
D. Lokasi Penelitian	23
E. Teknik Pengumpulan Data	24
1. Observasi	24
2. Wawancara	25
3. Dokumentasi	26
F. Teknik Analisis Data	26
1. Data <i>Reduction</i> (Reduksi Data)	27
2. Data <i>Display</i> (Penyajian data)	27
3. Conclusion Drawing/Verification (Menarik kesimpulan)	28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	29
1. Sejarah Singkat Terbentuknya Shakila Wedding Organizer	30
2. Latar Belakang Terbentuknya Shakila <i>Wedding Organizer</i>	30
3. Visi Misi Didirikannya Shakila <i>Wedding Organizer</i>	31
4. Struktur Bagan Organisasi Shakila <i>Wedding Organizer</i>	32
B. Hasil Penelitian	32
1. Frekuensi Komunikasi antara <i>Owner</i> dengan <i>crew</i> dan klien	33
2. Keragaman Media Komunikasi	35
3. Tingkat Keterlibatan Klien	36
4. Pemahaman Bersama	38
5. Faktor Penunjang Komunikasi	39
6. Faktor Penghambat Komunikasi :	40
C. Pembahasan Penelitian	41
1. Antara Crew dan Klien	42

2. Antara Crew di Dalam Tim Sendiri:.....	42
---	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	44
B. Saran	46
1. Saran Untuk Owner Shakila <i>Wedding Organizer</i>	46
2. Saran Untuk <i>Crew</i>	46
3. Saran untuk Klien	47

DAFTAR PUSTAKA48

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Struktur Bagan Organisasi Shakila Wedding Organizer.....	41
-------------------	--	----

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pola Komunikasi *Crew* Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila *Wedding Organizer*”. Penelitian ini dilaksanakan di kantor Shakila *Wedding Organizer* yang terletak di Jl.Husin Basri,Perumahan Graha Famili Ceria,Blok C3,Sematang Borang Sako,Kota Palembang.Adapun permasalahan yang diangkat adalah (1) Bagaimana komunikasi antara *crew* Shakila *Wedding Organizer* dengan klien dalam menyampaikan informasi terkait persiapan dan pelaksanaan acara pernikahan (2)Pola komunikasi apa yang digunakan *crew* Shakila *wedding Organizer* dengan klien (3)Bagaimana pola komunikasi yang terjadi antara *crew* dengan klien pada Shakila *Wedding Organizer*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terjadinya miskomunikasi antara *crew* Shakila *Wedding Organizer* dengan klien dalam menyampaikan informasi terkait persiapan dan pelaksanaan acara pernikahan, kemudian untuk mengetahui pola komunikasi apa yang digunakan *crew* Shakila *Wedding Organizer* dengan klien,dan untuk mengetahui pola komunikasi yang terjadi antara *crew* Shakila *Wedding Organizer*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, adapun teknik pengumpulan datanya selama melakukan proses penelitian menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya pola komunikasi dua arah (sirkular) antara *crew* dan klien pada Shakila *Wedding Organizer*. Pola komunikasi ini terjadi melalui pertukaran informasi antara kedua belah pihak secara timbal balik. Di Shakila *Wedding Organizer*, komunikasi dua arah yang sirkular terjadi antara *crew* dan klien, serta di antara *crew* di dalam tim sendiri.Studi ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang dinamika komunikasi antara *crew* dan klien dalam konteks industri pernikahan. Implikasi dari temuan ini dapat digunakan sebagai panduan bagi pemilik bisnis dan praktisi dalam meningkatkan komunikasi dan hubungan dengan klien, serta memberikan layanan yang lebih baik dalam pelaksanaan acara pernikahan.

Kata Kunci : *Wedding Organizer*, Pola Komunikasi, *Crew*, Klien

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern seperti saat ini, telah hadir *Wedding organizer* yang merupakan suatu jasa khusus dengan memiliki kelebihan secara pribadi membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.¹

Wedding organizer menurut Sumarsono 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.²

Kehadiran *Wedding Organizer* dapat membantu masyarakat atau klien mempersiapkan diri, menjadikan acara pernikahan lebih praktis, menjadi bagian dalam industri penyelenggaraan paket pernikahan yang semakin berkembang mengikuti kebutuhan pasar. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pengguna jasa dari kualitas pelayanan yang

¹ Syshiva Aprilla Pucy, "Strategi Komunikasi Pemasaran Katajje *Wedding Organizer* Dalam Menarik Minat Konsumen di Kota Bandung", *Skripsi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, (Bandung:Perpustakaan Universitas Pasundan,2023), h.1*

² Efmi Maiyana, Mira Susanti, Fitri Rahayu, "Penyewaan *Online Wedding Organizer* Berbasis Web", *Jurnal Sains dan Informatika*, Vol.5, No.1, (2020), h.157

diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi pengusaha jasa *wedding*.³

Salah satu *wedding organizer* yang ada di kota Palembang yakni Shakila *Wedding Organizer* yang bergerak di bidang industri jasa paket pernikahan dan didirikan pada tahun 2019, jasa yang ditawarkan pada Shakila *wedding organizer* mulai dari *make up*, gaun pengantin, dekorasi, serta memiliki tim koordinasi yang terdiri dari *crew* yang berpengalaman dalam perencanaan dan pelaksanaan acara pernikahan. Setiap tim memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas untuk memastikan setiap aspek acara berjalan lancar.

Peran *crew* dalam *wedding organizer* sangatlah penting untuk menjamin kelancaran perencanaan dan pelaksanaan acara pernikahan. Para *crew* bertugas untuk bertemu dengan kedua mempelai dan mendiskusikan preferensi, keinginan, dan visi mereka untuk pernikahan.

Dalam menyukseskan acara pernikahan, bukan hanya *crew* yang mempunyai peran, adanya klien pun memiliki peran yang sangatlah penting, karena testimoni dari para klien mampu memberikan dampak positif maupun negatif.⁴ Tjiptono menyatakan kepuasan klien adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk jasa yang dipilih

³ Kristal Sauzhana Putri Sahroma, Moh. Anasrullah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Nadzira *Wedding Organizer* Tulungagung", *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*, Vol.1, No.2, (2021), h.57

⁴ Ugeng Budi Haryoko, Veta Lidya Delimah Pasaribu, Ardiyansyah, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (*Wedding Organizer*)", *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol.2, No.1, (Juni 2020), h.2

memenuhi atau melebihi harapan. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.⁵

Dalam berkomunikasi dengan Klien pada konteks *wedding organizer* dapat melibatkan berbagai tantangan. Beberapa klien memiliki preferensi yang rumit atau perubahan yang sering terjadi dalam perencanaan pernikahan mereka. Selain itu, *crew* harus mampu menghadapi berbagai tipe kepribadian dan kebutuhan klien yang seketika berubah pada saat hari pelaksanaan acara. Dalam situasi ini, pola komunikasi yang baik dengan klien menjadi kunci dalam memenangkan kepercayaan klien dan mempertahankan hubungan jangka panjang.

Pola komunikasi sangatlah penting karena meskipun *Wedding Organizer* berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik kepada klien, terkadang ada beberapa hambatan atau tantangan yang bisa timbul dalam hubungan antara *crew* dengan klien. Seperti di *Shakila Wedding Organizer*, peneliti pernah mendapat kasus dimana klien dan *crew wedding* sudah sepakat untuk mengikuti arahan dari *crew wedding organizer* pada saat meeting dan gladi. Akan tetapi Ketika hari acara pernikahan berlangsung, *crew wedding organizer* banyak mendapat interupsi dari berbagai pihak baik keluarga maupun pihak ketiga lainnya, yang membuat acara tidak berjalan sebagaimana mestinya sehingga terjadi kesalahpahaman antara client dan *crew wedding organizer*.

⁵ Miranda Hany Cinthiya, "Pengaruh kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Klien Pada Jasa *Makeup* Pengantin Di Desa Pekarungan Sidoarjo", *e-jurnal*, Vol.9, No.4, (2020), h.22

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang didefinisikan oleh Sugiyono yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan obyek yang diteliti berdasarkan fakta di lapangan, di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi, dengan pendekatan kualitatif.⁶

B. Rumusan Masalah

Adapun Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana komunikasi antara *crew Shakila Wedding Organizer* dengan klien dalam menyampaikan informasi terkait persiapan dan pelaksanaan acara pernikahan?
- b. Pola komunikasi apa yang digunakan *crew Shakila wedding Organizer* dengan klien ?
- c. Bagaimana pola komunikasi yang terjadi antara *crew* dengan klien pada *Shakila Wedding Organizer*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui komunikasi antara *crew Shakila Wedding Organizer* dengan klien dalam menyampaikan informasi terkait persiapan dan pelaksanaan acara pernikahan.

⁶ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Syakir Media Press, 2021), Cet. Ke-1, h. 1

- b. Untuk mengetahui pola komunikasi apa yang digunakan *crew* Shakila *Wedding Organizer* dengan klien.
- c. Untuk mengetahui pola komunikasi yang terjadi antara *crew* Shakila *Wedding Organizer*.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan bisa diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Secara Teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi kepada masyarakat umum, dapat memberi wawasan baru dalam studi komunikasi, dan juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang lebih luas mendalam, khususnya yang berkaitan tentang pola komunikasi *crew* dengan klien.

2. Kegunaan Praktis

Secara Praktis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan ilmu pengetahuan bagi penulis serta memperluas wawasan ilmu penulis terutama tentang pola komunikasi *crew* dengan klien dalam acara pernikahan untuk menjadi salah satu syarat kelulusan memperoleh gelar Sarjana (strata 1) Komunikasi dan Penyiaran Islam.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui dengan mudah mengenai gambaran secara umum penelitian ini, serta memudahkan pembaca dalam membaca penelitian ini, maka Sistematika Penulisan penelitian ini sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama menjelaskan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN TEORITIS

Bab kedua menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yang menjadi sumber referensi dari penelitian ini, serta kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga mendeskripsikan tentang metodologi penelitian yang meliputi jenis penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ke empat berisikan hasil penelitian tentang hal-hal yang melatarbelakangi Pola Komunikasi *Crew* Dengan Klien Dalam Acara Pernikahan Yang Terjadi Pada *Shakila Wedding Organizer*.

BAB V : PENUTUP

Bab ke lima merupakan bab penutup dari penelitian, yang berisikan kesimpulan dan saran-saran.

BAB II TINJAUAN TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

Setelah melakukan studi kepustakaan, penulis menemukan referensi penelitian terdahulu yang mempunyai tema dan topik pembahasan serta objek penelitian yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang akan dilakukan. Sumber-sumber tersebut sebagai berikut :

Pertama, penelitian dari Inez Aprilia Zumarnis, Zainal Abidin, Maulana Rifai, Khansa Mardiyah (2023), dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Singaperbangsa Karawang dengan judul penelitian **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran Digital Pada Media Sosial Instagram Terhadap Brand Awareness Dan Keputusan Menggunakan Jasa Wedding Organizer Teman Manten”** yang diterbitkan pada jurnal *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan membahas pengaruh komunikasi pemasaran digital pada media sosial Instagram terhadap *brand awareness* dan keputusan menggunakan jasa *wedding organizer* teman manten. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Dimana, data diperoleh dari hasil kuesioner yang disebar kepada para responden. Dimana, jumlah sampel responden adalah 99 dari total populasi yang dihitung dengan rumus Taro Yamane. Dari hasil penelitian menunjukkan pengaruh strategi komunikasi pemasaran digital terhadap peningkatan *brand awareness* dengan demikian membuat jasa *wedding organizer* teman manten dikenal khalayak luas dengan citra positif dan

mendorong ketertarikan Masyarakat untuk menggunakan jasa *wedding organizer* dan merekomendasikannya kepada Masyarakat luas.¹ Persamaan penelitian yang dilakukan adalah menjadikan komunikasi sebagai salah satu cara untuk menarik minat klien untuk menggunakan jasa *wedding organizer*. Sebagaimana fungsinya *wedding organizer* juga membantu calon pengantin untuk memilih vendor yang sesuai dengan budget dan kebutuhan sehingga menunjang keberhasilan acara pesta pernikahan. Oleh karena itu, *wedding organizer* dituntut untuk dapat memenuhi harapan dan keinginan para calon pengantin. Atas jasa dan pelayanan yang diberikan dapat memberikan pengaruh pada *brand awareness* dan kepuasan dari para calon pengantin.

Kedua, penelitian dari Putri Maharani Purnama (2018), dari Universitas Muhammadiyah Palembang dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen *Wedding Organizer* Di Kota Prabumulih”** yang diterbitkan pada jurnal Ilmu Manajemen. Penelitian ini bertujuan untuk melihat Kualitas pelayanan jasa *wedding organizer* dan harga yang ditawarkan signifikan terhadap kepuasan konsumen di kota Prabumulih. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif, data yang diperlukan adalah data Cross Section, yang diperoleh lewat penyebaran kuesioner terkait

¹ Inez Aprilia Zumarnis, Zainal Abidin, Maulana Rifai, Khansa Mardiyah, “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Digital Pada Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness* Dan Keputusan Menggunakan Jasa *Wedding Organizer* Teman Manten”, *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, Vol.3, No.4, (2023), h.1

kualitas pelayanan jasa dan harga serta kepuasan konsumen.² Persamaan penelitian yang dilakukan yakni sama-sama meneliti dampak dari cara kerja *crew wedding organizer* terhadap kepuasan konsumen atau klien, sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu ini adalah judul yang memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan dan harga dari *wedding organizer* tersebut, bedanya dengan penelitian yang penulis teliti yakni lebih memfokuskan pada pola komunikasi antara *crew* dan klien pada pelaksanaan acara pernikahan.

Ketiga, Penelitian dari Nor Fatmah Rahmawati dan Muhammad Taufiq Abadi (2023), dari Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dengan judul penelitian **“Analisis Studi Kelayakan Bisnis *Wedding Organizer* (Studi Kasus pada “*Rahma Wedding Organizer*” di Kabupaten Pekalongan)”** yang diterbitkan pada jurnal *BISMA : Business and Management Journal*. Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis uji kelayakan bisnis *Rahma Wedding Organizer* terhadap aspek pasar dan pemasaran serta aspek sosial dan ekonomi yang ada. Penulis melakukan penelitian pada bisnis *Rahma Wedding Organizer* karena *Rahma Wedding Organizer* terkenal dengan pelayanan yang sangat memuaskan namun harga yang ditawarkan tetap terjangkau di kalangan masyarakat. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan data primer dari penelitian lapangan yang berupa observasi

² Putri Maharani Purnama, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen *Wedding Organizer* Di Kota Prabumulih”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.7 No.2, (Juni 2018), h.12

dan wawancara.³ Persamaan penelitian yang dilakukan adalah kesamaan pada objek bisnis wedding organizer yang memberikan pelayanan jasa pengorganisasian segala aktivitas yang berkaitan dengan kebutuhan dalam suatu pernikahan.. Maka dari itu, komunikasi juga penting dalam penelitian ini agar mampu mensinkronkan keinginan klien sehingga berjalan dengan lancar tanpa Adanya miskomunikasi.

Keempat, penelitian dari Anisha Enjely Prayogi, Tashya Holillah, Nurhasrat Laia, Yasmin Nabilah Faisa (2021), dari Universitas Sumatera Utara dengan judul penelitian “**Analisis Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Team Pada Dperfect Planner Wedding Organizer Medan**” yang diterbitkan pada jurnal Komunika Jurnal Komunikasi. Penelitian ini bertujuan Mengetahui dan mendeskripsikan gaya kepemimpinan Dperfect Planner Wedding Organizer. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara dan observasi lapangan.⁴ Persamaan penelitian yang dilakukan yakni persamaan judul yang mengarah pada *team*, hal ini merujuk pada *crew wedding organizer* yang juga *dihandle* oleh pemimpin atau biasa disebut dengan *team leader*. Tentunya, analaisis gaya kepemimpinan ini juga menerapkan pola komunikasi yang akan peneliti teliti pada Shakila *Wedding Organizer*.

³ Nor Fatmah Rahmawati, Muhammad Taufiq Abadi, “Analisis Studi Kelayakan Bisnis *Wedding Organizer* (Studi Kasus pada “*Rahma Wedding Organizer*” di Kabupaten Pekalongan)”, *BISMA : Business and Management Journal*, Vol.1, No.4, (2023), h.1

⁴ Anisha Enjely Prayogi, Tashya Holillah, Nurhasrat Laia, Yasmin Nabilah Faisa, “Analisis Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja *Team* Pada Dperfect Planner *Wedding Organizer* Medan”, *Komunika Jurnal Komunikasi*, Vol.17, No.1, (2021), h.4

Kelima, penelitian dari Anugerah Tesa Aulia (2018), dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta dengan judul penelitian “**Strategi Komunikasi Pemasaran Patron *Wedding Organizer* Melalui Media Sosial Instagram**” yang diterbitkan pada Lektur Jurnal Komunikasi. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran *Patron Wedding Organizer* melalui Instagram dan mengetahui peluang *Patron Wedding Organizer* dalam meningkatkan daya tarik klien melalui media sosial Instagram sebagai sarana promosi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif.⁵ Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti cara berkomunikasi kepada klien sehingga dengan mutu komunikasi yang baik terhadap klien, maka pemasaran wedding organizer dapat meningkat dan memiliki nilai baik dimata klien.

B. Kerangka Teori

1. Wedding Organizer

Menurut Sumarsono, *Wedding organizer* 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.⁶ *Selain itu, Wedding Organizer* juga membantu mengkoordinasikan konsep pernikahan,

⁵ Anugerah Tesa Aulia, “Strategi Komunikasi Pemasaran Patron *Wedding Organizer* Melalui Media Sosial Instagram”, *Lektur Jurnal Komunikasi*, Vol.1, No.1, (2018), h.1

⁶ Efmi Maiyana, Mira Susanti, Fitri Rahayu, “Penyewaan Online *Wedding Organizer* Berbasis Web”, *JURNAL SAINS DAN INFORMATIKA Research of Science and Informatic*, Vol. 5, No.1, (2019), h.1

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 Kota Palembang, salah satunya yaitu Shakila *Wedding Organizer*.

Menurut Sutan Malenggang *Wedding Organizer* merupakan jasa yang memberikan pelayanan jasa pengorganisasian segala aktivitas yang berkaitan dengan kebutuhan dalam suatu pesta pernikahan. Bisnis ini muncul karena adanya peluang dalam kehidupan *modern* yang menginginkan kecepatan, kemudahan dan kepraktisan untuk mengatasi masalah *time deficiency* masyarakat perkotaan. Semakin banyak bisnis yang menawarkan jasa pengorganisasian pernikahan, calon pengantin jasa harus lebih selektif memilih *wedding organizer* yang handal dan dapat dipercaya.⁷

Seiring dengan makin pesatnya teknologi dan perkembangan jaman yang menuntut semuanya serba instan, sepertinya masyarakat sekarang cenderung menyenangi segala hal yang berbaur praktis dan ekonomis. Demikian juga halnya dalam bidang pesta pernikahan, tentunya Jasa *Wedding Organizer* memberikan dan menawarkan jasa yang bertujuan membantu mensukseskan sebuah *event* penting dan sakral

⁷ Juni Anggraini, "POTENSI BISNIS *WEDDING ORGANIZER* DI KOTA MEDAN SEBAGAI SALAH SATU *MULTIPLIER EFFECT* INDUSTRI *MICE* DI KOTA MEDAN", *Jurnal Ilmiah Maksitek*, Vol.5, No.1, (2020), h.156

bahkan memiliki nilai estetika yang sangat tinggi karena seringkali harus berkolaborasi dengan unsur budaya dan keinginan calon konsumennya dalam sebuah prosesi pernikahan. *Wedding Organizer* memiliki lini yang luas dan implementasi proses manajemen, mulai dari planning sampai dengan *controlling*.⁸

Salah satu *wedding organizer* yang ada di kota Palembang adalah Shakila *Wedding Organizer* yang merupakan badan usaha khusus melayani bidang pernikahan. *Wedding organizer* ini menyediakan jasa khususnya dibidang pelayanan acara-acara pernikahan yang mencakup rias pengantin, *cathering*, dekorasi, *crew*, serta keperluan-keperluan lain yang sekiranya berhubungan langsung dengan kebutuhan calon mempelai.

2. Klien

Klien adalah individu yang memperoleh bantuan, namun dia bukanlah objek atau individu yang pasif, atau statis, atau tidak memiliki kekuatan apapun. Adapun pengertian Klien dalam konteks *organizer* pernikahan adalah pasangan pengantin atau individu yang mempekerjakan jasa *wedding organizer* untuk merencanakan dan mengkoordinasikan pernikahan mereka. Ada beberapa pendapat menurut para ahli mengenai sebutan klien itu. Willis mendefinisikan klien adalah setiap individu yang diberikan bantuan profesional oleh seorang konselor atas permintaannya sendiri atau orang lain.

⁸ Dian Hadiani, Andri Helmi Munawar, Nana Supriatna, "Keputusan Memilih Jasa *Wedding Organizer* Berdasarkan *Physical Evidence Factor* (Studi Kasus pada CV. Anpian Wedding Organizer Ciamis)", *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, Vol.6, No.1, (2019), h.70

Klien adalah orang yang mengharapkan bantuan dari *wedding organizer* untuk membantu mereka menjalani proses perencanaan dan pelaksanaan pernikahan dengan sukses. Klien berkomunikasi dengan *wedding organizer* untuk menentukan preferensi mereka, anggaran, dan harapan acara, sehingga *wedding organizer* dapat bekerja sesuai dengan keinginan dan kebutuhan klien.⁹

3. Crew (Tim)

Dalam konteks *wedding organizer*, *crew* mengacu pada tim atau staf yang bekerja di bawah naungan *wedding organizer*. Mereka adalah orang-orang yang bertanggung jawab untuk menjalankan dan mengkoordinasikan berbagai aspek pernikahan atau acara, termasuk persiapan sebelum acara, pelaksanaan pada hari acara, dan penyelesaian setelah acara berakhir.¹⁰

Menurut sudut pandang Sopiah mengungkapkan bahwa tim kerja merupakan kelompok yang upaya-upaya individualnya menghasilkan suatu kinerja yang lebih besar daripada jumlah dari masukan individu-individu. Suatu tim kerja membangkitkan sinergi positif lewat upaya yang terkoordinasi. Upaya-upaya individual mereka menghasilkan suatu tingkat kinerja yang lebih besar daripada jumlah masukan individu tersebut. Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja yang dicapai oleh

⁹ Muhammad Ali Equatora, Lollong Manting, *Teknik Pengumpulan Data Klien*, (Bitread Publishing,2021), Cet Ke-1, h.2

¹⁰ Kevin Anderson, “Kualitas Pelayanan Amor *Wedding And Event Organizer* Menurut Konsumen Di Semarang”, Skripsi S1 Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, (Semarang: Perpustakaan Unika Soegijapranata,2018), h.1

sebuah tim lebih baik daripada kinerja per individu di suatu organisasi maupun perusahaan.

Selain itu, Robbins dan Judge mengungkapkan tim kerja adalah kelompok yang usaha-usaha individualnya menghasilkan kinerja lebih tinggi daripada jumlah masukan individual. Hal ini memiliki pengertian bahwa kinerja yang dicapai oleh sebuah tim lebih baik daripada kinerja perindividu disuatu organisasi ataupun suatu Perusahaan.

Hubungan antara klien dan *crew* pada *wedding organizer* sangat penting dalam memastikan kesuksesan dan keberhasilan pernikahan. Keduanya berperan dalam aspek yang berbeda namun saling terkait dalam proses perencanaan dan pelaksanaan acara. Berikut adalah beberapa poin penting dalam hubungan antara klien dan *crew* pada *wedding organizer*:

a. .Komunikasi yang Efektif:

Komunikasi yang baik antara klien dan *crew* sangat penting. Klien harus dengan jelas mengkomunikasikan preferensi, harapan, dan kebutuhan mereka kepada *crew*, dan sebaliknya, *crew* harus mendengarkan dengan baik dan memahami permintaan klien. Komunikasi yang efektif akan membantu memastikan bahwa semua pihak berada pada halaman yang sama dan dapat mencegah kesalahpahaman di kemudian hari.

b. Keterbukaan dan Kejujuran:

Klien harus berbicara terbuka tentang anggaran, preferensi, dan harapan mereka kepada *crew*. Di sisi lain, *crew* harus jujur tentang apa

yang dapat dan tidak dapat dilakukan, serta memberikan saran dan solusi yang realistis berdasarkan pengalaman mereka.

c. Tim Kerja yang Solid:

Crew dari *wedding organizer* harus bekerja sebagai tim yang solid dan saling mendukung satu sama lain. Setiap anggota tim harus tahu perannya dengan jelas dan harus berkoordinasi dengan baik untuk mencapai tujuan keseluruhan.

d. Penghargaan atas Peran dan Kontribusi:

Klien harus menghargai kerja keras dan usaha dari *crew* dalam merencanakan dan melaksanakan pernikahan. Sebaliknya, *crew* harus memberikan pelayanan yang baik dan profesional kepada klien untuk menciptakan pengalaman yang berkesan.

e. Fleksibilitas dan Penyesuaian:

Selama proses perencanaan dan pelaksanaan pernikahan, mungkin akan ada perubahan atau perubahan yang diperlukan. Klien harus dapat bersikap fleksibel dan terbuka terhadap perubahan, dan *crew* harus siap untuk menyesuaikan rencana mereka jika diperlukan.

f. Kepercayaan:

Hubungan antara klien dan *crew* harus didasarkan pada saling percaya. Klien harus percaya bahwa *crew* dapat memberikan hasil yang diinginkan, sementara *crew* harus mempercayai bahwa klien akan mendukung dan menghargai usaha mereka.

Dengan hubungan yang baik antara klien dan *crew*, *wedding organizer* dapat bekerja secara efisien dan sukses dalam menyelenggarakan pernikahan yang berkesan dan sesuai dengan harapan klien.¹¹

4. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi (dari bahasa Inggris “*communication*”), secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari Bahasa Latin *communicates*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna ‘berbagi’, atau ‘menjadi milik Bersama’ yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan kebersamaan atau kesamaan makna.

Menurut Onong, U. Effendi Komunikasi berasal dari bahasa latin: *Communicatio* yang artinya: pergaulan, peran serta, kerjasama yang bersumber dari istilah: “*communis*” yang berarti sama, sama di sini maksudnya sama makna atau sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan karena jika tidak terjadi kesamaan makna antara dua aktor komunikasi yakni komunikator dan komunikan itu atau komunikan tidak mengerti pesan yang diterimanya maka komunikasi tidak terjadi. Jadi pengertian

¹¹ Karnila Ali, “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, Vol.1, No.2, (2020), h.2

komunikasi secara etimologis seperti yang dikemukakan ahli tersebut adalah; pergaulan, peran serta, kerjasama, yang juga mempunyai pengertian; sama makna terhadap simbol yang digunakan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian/pertukaran gagasan, pikiran dari seseorang kepada orang lain menggunakan simbol yang dapat dipahami bersama maknanya sehingga terjadi dialog atau musyawarah dengan tujuan untuk mempengaruhi atau merubah sikapnya.¹²

b. Karakteristik Komunikasi

Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerjasama dari para pelaku yang terlibat. Aktifitas komunikasi akan berlangsung dengan baik, apabila pihak-pihak yang terlibat berkomunikasi. Komunikasi bersifat simbolis, Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang. Komunikasi bersifat transaksional, Komunikasi pada dasarnya menuntut dua tindakan, memberi dan menerima.

6. Pola Komunikasi

Pola komunikasi adalah cara individu atau kelompok itu berkomunikasi. Judy Pearson dan Paul Nelson mendefinisikan komunikasi publik atau *public speaking* sebagai proses menggunakan pesan untuk menimbulkan kesamaan makna dalam sebuah situasi dimana seorang sumber mentransmisikan sebuah pesan ke sejumlah penerima pesan yang

¹² Desi Damayani Pohan, Ulfi Sayyidatul Fitria, "Jenis-Jenis Komunikasi", *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, Vol.2, No.3, (2021), h.31

memberikan umpan balik berupa pesan atau komunikasi non verbal dan terkadang berupa tanya jawab. Dalam komunikasi publik, sumber menyesuaikan pesan yang dikirimkan kepada penerima pesan dalam rangka untuk mencapai pemahaman yang maksimal. Terkadang, secara virtual penerima pesan dapat memahami pesan yang disampaikan oleh sumber pesan atau bahkan tidak mengerti sama sekali. Selain itu, Komunikasi publik menjadi salah satu alternatif yang sering digunakan baik oleh pemerintah maupun stekholder terkait untuk mengedukasi masyarakat. Namun komunikasi yang baik menurut Schramm yakni komunikasi yang mampu melahirkan kebersamaan (*commeness*), kesepahaman antara sumber (*source*) dengan penerimaan media (*audience*), Komunikasi publik menjadi salah satu alternatif yang baik dalam melahirkan kesepahaman antara *crew* dengan klien *Shakila Wedding Organizer*.¹³

Komunikasi publik (*Public Communication*) adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (*khalayak*), yang tidak bisa dikenal satu per satu. komunikasi dilihat sebagai suatu sistem maka unsur-unsurnya merupakan satu kesatuan yang memberi konsekuensi-konsekuensi yang relevan dalam mencapai tujuan komunikasi. Oleh karena itu, perlu diantisipasi munculnya gangguan oleh pelaku komunikasi agar tindak komunikasi yang dilakukan bisa berhasil.

¹³ Bukhori Muslim, Isnaini Yulianita Hafi, Muhammad Zainul Pahmi, "Pola Komunikasi Publik Dalam Mengedukasi Penerapan Protokol Kesehatan Covid-19 Pada Simulasi Pembelajaran tatap Muka Di MAN 1 Lombok Timur", *Jurnalistrendi : Jurnal Linguistik, Sastra, dan Pendidikan*, Vol.6, No.1, (2021), h.78

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian kualitatif menurut Creswell adalah payung istilah yang digunakan untuk merujuk pada desain perspektif teoretis seperti penelitian narasi, fenomenologi, penelitian tindakan, studi kasus, etnografi, penelitian sejarah, dan analisis konten. Sedangkan deskriptif kualitatif masuk kepada penelitian kualitatif dasar. Tapi bukan berarti penelitian deskriptif kualitatif diartikan sebagai penelitian rendah, melainkan studi untuk menemukan fakta dengan interpretasi yang tepat.¹

Metode penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penonjolan proses penelitian dan pemanfaatan landasan teori dilakukan agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu, landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.² Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian diinterpretasikan. Biasanya berhubungan dengan masalah sosial dan

¹ Wiwin Yuliani, "Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling", *Ouanta*, Vol.2, No.2, (2018), h. 86

² Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019), Cet Ke 1, h. 6.

manusia yang bersifat interdisipliner, fokus pada multimethod, naturalistik dan interpretatif (dalam pengumpulan data, paradigma, dan interpretasi).³

Penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural setting yang holistik, kompleks, dan rinci. Penelitian yang menggunakan pendekatan induksi yang mempunyai tujuan penyusunan konstruksi teori atau hipotesis melalui pengungkapan fakta merupakan penelitian yang menggunakan paradigma kualitatif.⁴

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan), yang dilakukan secara langsung di lapangan.⁵ Dalam penelitian jenis *field research*, tingkat kealamiahannya menjadi hal utama, peneliti menceburkan diri dalam permasalahan dan kondisi yang terjadi pada konteks peneliti. Peneliti berada langsung di lapangan di berbagai sisi peristiwa yang terjadi saat proses pengamatan berlangsung.⁶

³ H.Mohajan, "Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects", *Journal of Economic Development, Environment and People*, Vol. 7 No. 1, (2018), h. 23-48.

⁴ Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV, Jejak, 2018), Cet Ke 1, h. 9

⁵ Bagus Eko Dono, *Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Siswa*, (Yogyakarta: Guepedia, 2021), Cet ke 1, h. 22

⁶ Yoki Yosanto, "Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif", *Journal of Scientific Communication*, Vol. 1, No. 1, (2019), h. 2

Penelitian ini dinamakan studi lapangan karena tempat penelitian di lapangan kehidupan nyata, bukan didalam laboratorium atau perpustakaan. Oleh karena itu, data yang dianggap sebagai data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari lapangan. Dalam konteks ini, peneliti menjadikan kantor Shakila *Wedding Organizer* sebagai objek penelitian.⁷

Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif memiliki beberapa ciri khas, seperti penekanan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena yang terjadi dalam konteks alaminya, penggunaan peneliti sebagai instrumen utama untuk pengumpulan data, pendekatan deskriptif yang menekankan pada makna data dan bukti-bukti yang diungkapkan oleh peneliti, fokus pada proses dari pada hasil, analisis data yang bersifat induktif untuk merumuskan teori dari hasil penelaahan fenomena, serta keikutsertaan peneliti dalam proses atau interaksi sebagai kunci utama dalam memahami makna fenomena yang diteliti.⁸

⁷ Dian Isti Cahyani, Martha Irene Kartasurya, Mohammad Zen Rahfiludin, " Gerakan Masyarakat Hidup Sehat dalam Perspektif Implementasi Kebijakan (Studi Kualitatif)", *Jurnal kesehatan Masyarakat Indonesia*, Vol. 15, No. 1, (2020), h. 11

⁸ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: CV. Syakir Media Press, (2021), Cet ke 1, h. 30-31

C. Data dan Sumber Data

Data berdasarkan sumbernya dalam suatu penelitian dapat diklasifikasikan menjadi data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data langsung dari lapangan penelitian atau objek penelitian. Data primer ini dapat diperoleh dengan teknik wawancara dan observasi secara langsung. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang akan diwawancara adalah 5 orang, terdiri dari 1 owner dari *Shakila Wedding Organizer*, 2 crew *Shakila Wedding Organizer*, dan 2 orang klien pengantin yang berhubungan dengan konteks penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data dokumentasi. Data dokumentasi bisa berupa data hasil penelitian yang dilakukan peneliti sendiri atau orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti dapat memperoleh data sekunder melalui jurnal, buku, atau laporan dari sumber penelitiannya.⁹

D. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di kantor *Shakila Wedding Organizer* yang terletak di Jl. Husin Basri, Perumahan Graha Famili Ceria, Blok C3, Sematang Borang Sako, Kota Palembang. Alasan mengapa penulis memilih objek penelitian tersebut karena berdasarkan topik penelitian, serta ketersediaan

⁹ Sugiyono, Puji Lestari, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2021), Cet Ke 1, h. 36-37.

sumber data atau informasi bisa didapatkan pada objek yang penulis ingin teliti.¹⁰

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang dibutuhkan dalam penelitian, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengamatan (observasi) yang dilakukan oleh peneliti dalam setting alamiah dengan tujuan untuk mengeksplorasi atau menggali dan membangkitkan suatu makna dari suatu fenomena yang ada dalam diri partisipan atau subjek dalam penelitian kualitatif. Observasi dalam penelitian kualitatif, sering pula disebut dengan istilah observasi naturalistik atau observasi dalam mengamati situasi yang apa adanya. Dalam upaya merekam secara akurat fenomena penelitian, maka selama proses observasi, peneliti perlu membuat catatan lapangan selama dan sesudah proses observasi.¹¹

Dalam proses observasi, peneliti melakukan beberapa aktivitas, di antaranya adalah:

¹⁰ Nazaruddin Ali Basyah, A.Razak, Zulfadhli, " Metode Kualitatif Dalam Riset Bisnis :

Satu Tinjauan", *Economica Didactica*, Vol. 2, No.2, (2020), h. 3

¹¹ Sapto Haryokao, Bahartiar,Fajar Arwadi, Analisis Data Penelitian Kualitatif, (Mahbassar Badan Penertat Universitas Makassar, 2020), Cet Ke 1, h. 151

- a. Peneliti menentukan sasaran observasi terhadap owner Shakila *Wedding Organizer*, crew Shakila *Wedding Organizer*, dan klien.
- b. Peneliti menentukan waktu yang diperlukan untuk melakukan observasi.
- c. Peneliti terlibat langsung dalam beberapa kegiatan subjek penelitian, serta mengamati secara langsung objek Wawancara

2. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semiterstruktur di mana tujuan wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.¹²

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan cara mengajukan pertanyaan kepada responden yang berjumlah 5 orang, terdiri dari 1 owner dari Shakila *Wedding Organizer*, 2 crew Shakila *Wedding Organizer*, dan 2 orang klien. Metode ini digunakan untuk mengetahui pola komunikasi yang terjadi antara crew Shakila *Wedding Organizer* dan Klien dalam acara pernikahan.

¹² Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), Cet Ke 1. h. 138.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk melengkapi data yang berhubungan dengan gambaran umum objek yang diteliti. Metode pengumpulan data diperlukan dengan cara mempelajari atau mengutip arsip-arsip dan catatan-catatan pada objek yang diteliti. Pada penelitian ini dokumentasi yang diharapkan dapat diperoleh di Shakila *Wedding Organizer* adalah berupa sejarah berdirinya, visi misi, struktur pengurus, dan program-program yang telah terlaksana pada Shakila *Wedding Organizer*. Selain itu juga dokumen berupa gambar kegiatan yang terjadi pada saat meeting, gladi, bahkan pada saat hari pelaksanaan acara pernikahan.¹³

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif menurut Sugiyono adalah bersifat induktif, yakni suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis, kemudian berdasarkan hipotesis tersebut dicarikan data lagi secara berulang-ulang hingga dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak.

Jika berdasarkan data yang dikumpulkan secara berulang-ulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori. Selama di lapangan atau pada saat pengumpulan data berlangsung, penelitian kualitatif juga telah melakukan analisis. Misalnya

¹³ Feny Rita Fiantika, *Metodology Penelitian Kualitatif*, (Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), Cet ke 1, h. 14.

pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai, jika jawaban kurang memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai diperoleh data yang dianggap kredibel.¹⁴

Menurut Miles dan Huberman yang di kutip oleh sugiyono mengemukakan bahwa metode atau teknik pengolahan data kualitatif dapat dilakukan melalui tiga tahap, yakni data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*.

1. Data Reduction (Reduksi Data)

Reduksi data yaitu upaya untuk menggolongkan data secara lebih spesifik. Mereduksi berarti merangkum, yaitu mencari hal-hal yang penting yang kemudian dicari tema dan polanya. Dengan demikian, hasil reduksi tersebut memberikan gambaran yang jelas. Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan hasil observasi, dikategorikan, dan disesuaikan. Kemudian, peneliti melakukan analisis hasil wawancara, bagaimana kesesuaiannya dengan teori, kemudian dihubungkan. Selanjutnya, peneliti juga menggunakan kutipan-kutipan langsung dari narasumber untuk memperoleh gambaran yang jelas.

2. Data Display (Penyajian data)

Setelah direduksi, maka tahap selanjutnya adalah menampilkan atau menyajikan data agar memiliki visibilitas yang lebih jelas. Penyajian data merupakan aktivitas penyusunan data sehingga peneliti dapat

¹⁴ Abdul fattah nasution, Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: CV. Harfa Creative, 2023), Cet Ke 1, h. 131-13

merencanakan pekerjaan selanjutnya. Bentuk penyajian data biasanya dapat berupa naratif, grafik, matrik maupun bagan. Dalam penelitian ini, peneliti menyusun seluruh informasi yang dikelompokkan pada tahap reduksi yang kemudian disajikan dalam berbagai bentuk, yaitu naratif dan bentuk tabel.

3. Conclusion Drawing/Verification (Menarik kesimpulan)

Selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan sifatnya masih sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel, dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan temuan dari data yang telah diperoleh dan disusun.¹⁵

¹⁵ Abdul fattah nasution, *Metode Penelirian Kualitatif*, (Bandung: CV. Harfa Creative, 2023), Car Ke 1. hn. 132-133.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di kantor Shakila *Wedding Organizer* Perumahan Graha Famili Ceria I, Blok C-3 Jl. Husin Basri Sematang Borang, Kecamatan Sako, Kota Palembang Sumatera Selatan. Kantor Shakila *Wedding Organizer* ini mudah diakses dari jalan raya utama atau memiliki petunjuk arah yang jelas di dalam perumahan, sehingga memudahkan para klien untuk mengunjungi kantor tersebut. Kantor Shakila *Wedding Organizer* dirancang untuk memberikan tempat yang nyaman dan fungsional bagi tim dan juga klien untuk merencanakan dan mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan pernikahan.

Pada kantor Shakila *Wedding Organizer*, Biasanya ada meja resepsionis untuk menyambut tamu, ruang tunggu yang nyaman, terdapat pula ruang pertemuan atau ruang konsultasi di mana klien bisa duduk Bersama dengan dengan owner dan crew untuk membahas detail acara pernikahan, ruang fitting pengantin dimana banyak koleksi baju, gaun pernikahan, jaz, baju adat, alat make up, dekorasi, dan lain sebagainya terdapat diruang fitting pengantin, dan tak hanya itu pada kantor Shakila *Wedding Organizer* juga terdapat ruang arsip yang dimana untuk menyimpan dokumen dan informasi penting terkait dengan proyek pernikahan yang sedang dikerjakan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang didapatkan dari *Owner Shakila Wedding Organizer* yakni Wiji Lestari, S.Pd beliau mengatakan mengenai beberapa hal terkait *Shakila Wedding Organizer* diantaranya :

1. Sejarah Singkat Terbentuknya Shakila Wedding Organizer

Shakila Wedding Organizer berdiri pada saat Wiji Lestari, S.Pd (*Owner*) belajar *make up* ditahun 2019. Dari pengalaman belajar *make up*, Wiji Lestari mencoba untuk menggali hal baru pada dunia pernikahan atau *wedding*, belajar servis untuk *wedding* dan sebagainya. Pada tahun 2020 terbentuklah *Shakila Wedding Organizer* dengan pemikiran matang dan siap untuk dikenal masyarakat luas.

2. Latar Belakang Terbentuknya Shakila Wedding Organizer

Sebelum terbentuknya *Shakila Wedding Organizer* Wiji Lestari, S.Pd termotivasi oleh rekan-rekan sekitar dan *mensupport* untuk dibentuknya *wedding organizer* tersebut terkait dekorasi, *make up*, gaun pengantin, dan sebagainya dengan *budget* yang terbilang murah namun berkualitas. Selain itu juga, Wiji Lestari, S.Pd lebih menitik fokuskan untuk berkarya diluar namun tidak mengesampingkan kewajiban sebagai seorang istri sekaligus ibu bagi anak-anaknya, maka dari itu Wiji Lestari pun bertekad ingin membentuk *wedding organizer* dikarenakan *jobdesk* pada *wedding organizer* sendiri tidak memakan waktu yang cukup banyak sehingga tetap mampu berkarya, membangun inovasi, dan tetap mampu memomorsatukan keluarga.

3. Visi Misi Didirikannya Shakila *Wedding Organizer*

a. Visi Shakila *Wedding Organizer* :

Secara garis besar Wiji Lestari ingin Shakila *Wedding Organizer* mampu memberi manfaat untuk orang banyak, mampu mengembangkan potensi, mengembangkan kreatifitas generasi muda dan membuka lowongan untuk orang banyak.

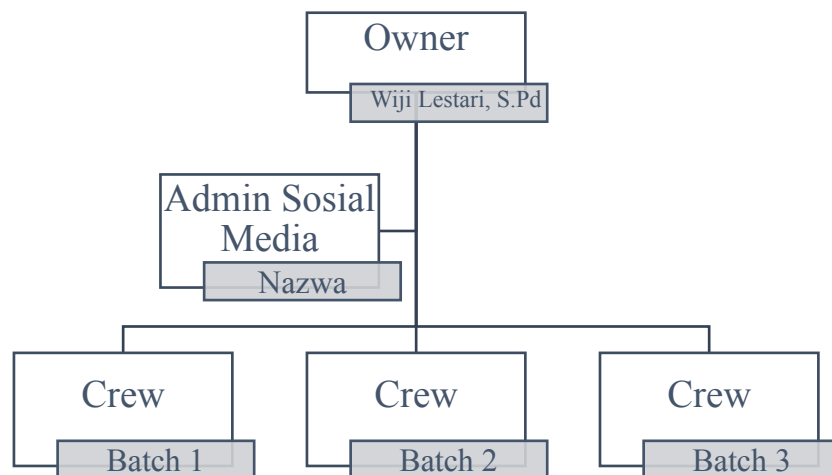
b. Misi Shakila *Wedding Organizer*:

- 1) Memberikan layanan perencanaan pernikahan yang berkualitas tinggi dengan fokus pada kepuasan pelanggan.
- 2) Menghadirkan ide-ide kreatif dan solusi inovatif dalam setiap detail pernikahan untuk menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi calon pengantin dan tamu lainnya.
- 3) Membangun hubungan yang kuat dan personal dengan setiap calon pengantin, mendengarkan dengan seksama untuk memahami keinginan dan harapan mereka, dan menghasilkan pernikahan yang sesuai dengan kepribadian dan visi mereka.
- 4) Bermitra dengan vendor-vendor terkemuka dan terpercaya dalam industri pernikahan untuk memastikan penyediaan layanan dan produk berkualitas tinggi yang konsisten.
- 5) Menjamin keandalan dalam setiap aspek perencanaan pernikahan, dari waktu pelaksanaan hingga kualitas layanan yang diberikan.

- 6) Berkomitmen untuk memberikan kontribusi positif bagi komunitas melalui dukungan kepada acara amal dan proyek sosial yang relevan.
- 7) Mendorong pendidikan dan pengembangan profesional bagi tim atau crew kami untuk memastikan kami selalu berada di garis depan tren dan praktik terbaik dalam industri pernikahan.

Dengan visi dan misi ini, Shakila *Wedding Organizer* bertujuan untuk menjadi pemimpin di industri pernikahan, memberikan pengalaman pernikahan yang luar biasa bagi setiap pasangan, dan membangun reputasi sebagai mitra terpercaya dalam mewujudkan impian pernikahan mereka.

4. Struktur Bagan Organisasi Shakila *Wedding Organizer*



Gambar 4.1. Struktur Bagan Organisasi Shakila *Wedding Organizer*
Sumber : Data Kantor Shakila *Wedding Organizer*

B. Hasil Penelitian

Peneliti telah melakukan observasi atau pengamatan, wawancara, dan dokumentasi untuk mengetahui pola komunikasi yang terjadi antar *crew*, *klien*, *owner* pada Shakila *Wedding Organizer* dan mengetahui faktor

penunjang juga penghambat komunikasi tersebut. Hasil dari wawancara mendalam dengan owner, 2 crew, dan 2 klien.

1. Frekuensi Komunikasi antara *Owner* dengan *crew* dan klien

a. Komunikasi *Owner* kepada *Crew* dan klien *Shakila Wedding Organizer*

Komunikasi merupakan aktivitas dasar dalam berkelompok yang berpengaruh terhadap terciptanya suatu kondisi atau situasi maupun iklim yang ada didalam kelompok. Oleh karena itu di dalam kelompok baik skala kecil maupun skala besar diperlukan komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan agar roda organisasi bisa berjalan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan. Komunikasi yang baik dan tepat bisa menciptakan rasa nyaman dalam bekerja sehingga kinerja organisasi bisa berjalan maksimal.

Adapun hasil wawancara peneliti dengan *owner* mengenai cara komunikasi owner kepada *crew* dan klien adalah sebagai berikut:

“sebagai *owner*, saya sangat memahami pentingnya memantau dan memastikan kualitas komunikasi antara *crew* kami dengan klien. Kami memiliki beberapa mekanisme yang kami terapkan untuk memastikan bahwa komunikasi tersebut berjalan dengan baik dan sesuai dengan standar yang kami tetapkan. Pertama-tama, kami menggunakan sistem manajemen proyek dan pelanggan yang terintegrasi dengan baik. Melalui sistem ini, setiap interaksi antara *crew* kami dan klien terdokumentasi dengan rapi, termasuk panggilan telepon, pertemuan langsung, dan pesan teks. Ini memungkinkan kami untuk secara efisien melacak setiap komunikasi dan memastikan tidak ada detail yang terlewatkan.”¹

¹ Wiji Lestari, *Owner Shakila Wedding Organizer*, Wawancara tanggal 31 Maret 2024

Dari hasil wawancara dengan *owner*, diketahui bahwa komunikasi yang dilakukan *owner* dengan *crew* dan klien Shakila *Wedding Organizer* adalah komunikasi lisan, komunikasi yang terjadi secara langsung atau bertatap muka dan bersifat terbuka serta saling menghargai.

b. Kebijakan atau Pedoman terkait komunikasi antara Owner, Crew, dan klien

Shakila *Wedding Organizer* membuat kebijakan atau pedoman yang jelas terkait komunikasi antara *crew* dan klien. Kebijakan ini mencakup hal-hal seperti frekuensi komunikasi yang disarankan, format yang diterima, tanggapan yang diharapkan, dan cara menangani situasi komunikasi yang sulit.

Setelah kebijakan dibuat, penting untuk memberikan pelatihan kepada seluruh *crew* tentang apa yang diharapkan dari mereka dalam berkomunikasi dengan klien. Ini bisa dilakukan melalui sesi pelatihan formal, pertemuan tim, atau materi tertulis yang didistribusikan kepada semua anggota *crew*.

Salah satu cara untuk memastikan kepatuhan terhadap kebijakan komunikasi adalah melalui evaluasi kinerja rutin. Selama evaluasi ini, manajemen dapat meninjau catatan komunikasi, mendengarkan umpan balik dari klien, dan mengidentifikasi area di mana perbaikan diperlukan.

2. Keragaman Media Komunikasi

Crew Shakila Wedding Organizer sangat memperhatikan preferensi komunikasi klien dan berusaha untuk menyesuaikan gaya komunikasi mereka sesuai dengan kebutuhan klien. Mereka memberikan pilihan kepada klien untuk berkomunikasi melalui pesan instan, grup diskusi, panggilan telepon, atau pertemuan tatap muka, sesuai dengan kenyamanan dan preferensi klien. Jika klien memiliki preferensi tertentu, *crew* akan dengan senang hati mengakomodasi itu dan berkomunikasi sesuai keinginan mereka.

Dibawah ini peneliti melampirkan hasil wawancara Bersama dengan *crew Shakila Wedding Organizer* terkait cara berkomunikasi selain tatap muka

“*Crew Shakila Wedding Organizer* secara proaktif memberikan informasi kepada klien tentang perkembangan terbaru atau perubahan yang terjadi selama persiapan acara. Mereka melakukan ini dengan mengirimkan pembaruan rutin melalui pesan teks, atau panggilan telepon. Jika ada perubahan signifikan yang memengaruhi rencana pernikahan, *crew* kami akan segera menghubungi klien untuk memberi tahu mereka dan mencari solusi bersama, jikapun klien susah untuk ditemui sehingga kesulitan untuk meeting, maka sebagai *crew* harus mampu melobby klien agar sekiranya klien mau untuk diajak *meeting online* via aplikasi *zoom meeting* ataupun *google meeting*”²

Dari wawancara Bersama dengan saudara Bimo selaku *Crew Shakila Wedding Organizer*, dapat disimpulkan bahwa Dengan pendekatan ini, *crew* berusaha untuk memastikan bahwa komunikasi antara *crew* dan klien berjalan dengan lancar dan efektif, sehingga memastikan keberhasilan dan kepuasan dalam perencanaan dan

² Bimo Bagus Brilian, *Crew Shakila Wedding Organizer*, Wawancara tanggal 30 Maret 2024

pelaksanaan acara pernikahan.

3. Tingkat Keterlibatan Klien

Crew Shakila *wedding Organizer* menjelaskan kepada klien tentang proses pelaksanaan acara pernikahan secara keseluruhan dengan mengadakan pertemuan awal yang mendalam. Dalam pertemuan ini, mereka membahas secara rinci tahapan-tahapan proses perencanaan dan pelaksanaan acara, mulai dari persiapan awal hingga hari pernikahan selesai. Mereka menjelaskan setiap langkah yang akan diambil, peran klien dalam proses tersebut, dan harapan yang dapat mereka miliki, hal ini tentunya melibatkan klien dan pihak keluarga yang bersangkutan. Namun juga seringkali, karena adanya ketidaksepahaman antara klien, pihak ketiga, dan *crew* maka miskomunikasi sering terjadi.

Wawancara juga dilakukan Bersama dengan *crew* dari Shakila *Wedding Organizer* yakni Saudara Ridwan agar sekiranya mampu memberikan pernyataan lebih lengkap mengenai tingkat keterlibatan klien.

“*Crew* telah menyampaikan kepada klien tentang jadwal persiapan acara, termasuk pertemuan-pertemuan penting dan tenggat waktu yang perlu diikuti. Mereka menyusun jadwal ini dengan cermat dan menjelaskan kepada klien melalui pertemuan awal. Selain itu, mereka juga mengirimkan jadwal tersebut secara tertulis kepada klien agar mereka dapat mengacu kembali kapan pun diperlukan. Ketika terjadi ketidaksepakatan atau masalah antara klien dan *crew* Shakila *Wedding Organizer*, *crew* kami mengambil pendekatan yang proaktif dan solutif. Mereka mendengarkan dengan seksama permasalahan yang dihadapi klien, berusaha untuk memahami perspektif mereka, dan bekerja sama untuk menemukan solusi yang memuaskan bagi semua pihak

terlibat. Mereka mengutamakan komunikasi terbuka dan jujur, serta berusaha untuk menyelesaikan masalah dengan cepat dan efisien.”³

Menanggapi pertanyaan atau kekhawatiran yang diajukan oleh klien secara tepat waktu dengan prioritas tinggi. *Crew* berkomitmen untuk merespons setiap pertanyaan atau kekhawatiran dalam waktu yang singkat, Mereka memastikan bahwa setiap kekhawatiran klien ditangani dengan cermat dan memberikan jawaban yang jelas dan informatif.

Crew mengelola harapan klien terhadap pelaksanaan acara dengan mengadopsi pendekatan yang transparan dan realistis. *Crew* secara terbuka berkomunikasi dengan klien tentang apa yang dapat diharapkan dari acara pernikahan, dan jika ada situasi yang membutuhkan penyesuaian atau perubahan rencana, mereka dengan cepat menginformasikan klien tentang hal tersebut. *Crew* berusaha untuk menciptakan solusi yang memuaskan bagi kedua belah pihak dan memastikan bahwa klien tetap merasa didengar dan dihargai.

Crew juga secara rutin meminta umpan balik dari klien tentang proses komunikasi dan layanan yang mereka terima dari *Shakila Wedding Organizer*. Mereka melakukan ini melalui survei kepuasan klien, pertemuan evaluasi, atau dengan langsung bertanya kepada klien tentang pengalaman mereka. Umpan balik ini sangat berharga bagi

³ Muhammad Ridwan, *Leader Crew Shakila Wedding Organizer*, Wawancara Tanggal 30 Maret 2024

kami karena membantu kami untuk terus meningkatkan layanan kami dan memastikan kepuasan klien yang optimal.

Dari hasil wawancara dengan Owner dan kedua Crew Shakila *Wedding Organizer*, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwasanya Owner dan Crew berupaya sebisa mungkin untuk mewujudkan preferensi klien, mereka berusaha untuk memahami perspektif klien dan bekerja sama untuk menemukan solusi yang memuaskan bagi semua pihak terlibat. Mereka mengutamakan komunikasi terbuka dan jujur, serta berusaha untuk menyelesaikan masalah dengan cepat dan efisien.

4. Pemahaman Bersama

Dalam melihat pola komunikasi apa yang terjadi pada interaksi antara *crew* dan klien, maka peneliti juga mewawancarai beberapa klien dari Shakila *Wedding Organizer*, yang pertama peneliti mewawancarai Saudari Rifni akan pemahaman yang didapatkan selama menggunakan jasa dari Shakila *Wedding Organizer* dan berinteraksi Bersama dengan *Crew Shakila Wedding Organizer*.

“Saya merasa bahwa crew Shakila *Wedding Organizer* telah menyampaikan informasi yang cukup jelas dan tepat waktu tentang perkembangan terbaru atau perubahan yang terjadi selama persiapan acara, sehingga sebagai klien saya merasa sangat mudah memahami mulai dari konsep, rundown acara yang dibuat crew, bahkan sampai keinginan dari keluarga saya pun mampu diatasi crew walau diluar dari SOP mereka, crew juga memberikan penolakan halus dan tidak pernah menyakiti perasaan kami sebagai klien jika ada hal yang sulit untuk diatasi. Saya merasa bahwa saya sangat terlibat dalam berkomunikasi dengan crew Shakila *Wedding Organizer* selama persiapan dan pelaksanaan acara pernikahan. Mereka selalu mendengarkan dengan seksama preferensi dan keinginan saya, dan berusaha untuk mempertimbangkan semuanya dalam

setiap keputusan yang mereka buat. Saya merasa didengar dan dihargai sebagai klien mereka.”⁴

Selain itu,peneliti juga melakukan wawancara pada klien Shakila *Wedding Organizer* Lainnya yakni kepada Saudari Tri .

“Saya merasa sangat puas dengan komunikasi dan pelayanan yang diberikan oleh crew Shakila *Wedding Organizer* selama persiapan dan pelaksanaan acara. Mereka sangat profesional, responsif, dan selalu berusaha untuk memastikan bahwa segala kebutuhan saya terpenuhi.Saya berharap dapat memberikan umpan balik yang berguna bagi *crew* Shakila *Wedding Organizer* dan membantu mereka untuk terus meningkatkan komunikasi dan pelayanan mereka kepada saya dan klien lainnya”⁵

Berdasarkan wawancara,observasi,dan dokumentasi yang dilakukan peneliti dengan *Owner,2 Crew Shakila Wedding Organizer,dan 2 Klien Shakila Wedding Organizer*,didapatkan hasil data untuk faktor penunjang serta penghambat komunikasi sebagai berikut:

5. Faktor Penunjang Komunikasi

- a. Keterbukaan dan transparansi dari kedua belah pihak, baik dari pihak klien maupun dari crew Shakila *Wedding Organizer*, dapat mendukung komunikasi yang efektif. Ini termasuk berbagi informasi secara jujur, terbuka terhadap umpan balik, dan menghindari retorika atau informasi yang ambigu.
- b. Keterampilan komunikasi yang baik dari crew Shakila *Wedding Organizer*, seperti kemampuan mendengarkan aktif, menyampaikan

⁴ Rifni Ade Septiani, *Klien Shakila Wedding Organizer*,Wawancara tanggal 29 Maret 2024

⁵ Tri Jumartini, *Klien Shakila Wedding Organizer*, Wawancara Tanggal 31 Maret 2024

informasi dengan jelas, dan menjaga sikap profesional, dapat mendukung komunikasi yang efektif dengan klien.

- c. Penggunaan teknologi komunikasi modern, seperti email, panggilan telepon, atau aplikasi pesan instan, dapat memfasilitasi komunikasi yang cepat dan efisien antara *crew* dan klien.
- d. Menggunakan bahasa yang sesuai dan mudah dipahami oleh kedua belah pihak, tanpa jargon atau istilah teknis yang membingungkan, dapat meningkatkan pemahaman dan mengurangi risiko kesalahpahaman.
- e. Kerjasama yang baik antara crew Shakila Wedding Organizer dan klien, serta keterlibatan aktif kedua belah pihak dalam proses perencanaan pernikahan, dapat memfasilitasi komunikasi yang efektif dan pembuatan keputusan yang lebih baik.

6. Faktor Penghambat Komunikasi :

- a. Ketidakkonsistenan dalam menyampaikan informasi antara *crew* dan klien, seperti perbedaan dalam interpretasi detail acara atau jadwal yang berubah-ubah, dapat menyebabkan kebingungan dan kesalahpahaman.
- b. Ketidakjelasan mengenai peran dan tanggung jawab masing-masing pihak dalam proses perencanaan pernikahan dapat menyebabkan kesulitan dalam komunikasi dan koordinasi antara *crew* dan klien.

- c. Adanya ketegangan atau konflik antara crew dan klien, baik itu terkait dengan perbedaan pendapat, harapan yang tidak terpenuhi, atau masalah lainnya, dapat mengganggu komunikasi yang efektif dan menghambat kemajuan perencanaan pernikahan.

Dengan memahami faktor-faktor penunjang dan penghambat komunikasi ini, Shakila *Wedding Organizer* dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mempromosikan komunikasi yang efektif dan meminimalkan hambatan yang mungkin timbul selama proses perencanaan pernikahan.

C. Pembahasan Penelitian

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak ke pihak yang lain. Komunikasi merupakan proses dimana suatu ide yang di alikan dari sumber kepada penerima. Sebab itu, jika manusia tidak berkomunikasi maka dia tidak dapat menciptakan dan memelihara relasi dengan semua kelompok, baik organisasi dan masyarakat komunikasi memungkinkan manusia mengkoordinasikan semua kebutuhannya dengan dan bersama orang lain.

Jadi, hasil dari penelitian ini sudah ditemukan Pola komunikasi yang terjadi antara crew dengan klien shakila wedding organizer yakni Pola Komunikasi public. Hal ini terjadi karena adanya pertukaran informasi antara dua pihak atau lebih secara timbal balik. Dalam konteks Shakila *Wedding Organizer*, pola komunikasi publik terjadi antara crew dan klien,

serta antara crew di dalam tim sendiri. Berikut adalah penjelasan tentang pola komunikasi public yang telah terjadi pada Shakila *Wedding Organizer*:

1. Antara Crew dan Klien

- a. Crew Shakila *Wedding Organizer* secara teratur berkomunikasi dengan klien melalui berbagai saluran, seperti email, panggilan telepon, atau pertemuan tatap muka.
- b. Klien memberikan umpan balik, pertanyaan, atau kekhawatiran kepada crew melalui saluran yang sama atau bahkan melalui pertemuan langsung.
- c. Crew merespons umpan balik atau pertanyaan klien dengan memberikan jawaban yang jelas, solusi yang memuaskan, atau informasi terbaru mengenai perkembangan perencanaan pernikahan.
- d. Klien kemudian bisa memberikan tanggapan atas respons *crew*, sehingga terjadi siklus komunikasi dua arah yang berkelanjutan.

2. Antara Crew di Dalam Tim Sendiri:

- a. Crew di dalam tim Shakila *Wedding Organizer* juga berkomunikasi secara dua arah untuk berbagi informasi, memperbarui status proyek, atau berkolaborasi dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan.
- b. Mereka menggunakan berbagai saluran komunikasi internal, seperti email, grup diskusi, atau aplikasi pesan instan, untuk berbagi informasi dan berdiskusi mengenai perkembangan proyek.

- c. Setiap anggota tim memberikan masukan atau pertanyaan kepada anggota tim lainnya, dan kemudian menerima tanggapan atau jawaban sebagai respons.
- d. Hal ini membentuk lingkaran komunikasi yang terus berputar di antara *crew* di dalam tim, memastikan bahwa semua anggota tim terinformasi dan terlibat dalam proyek pernikahan yang sedang dikerjakan.

Dengan pola komunikasi dua arah atau sirkular ini, *Shakila Wedding Organizer* dapat memastikan bahwa informasi yang diperlukan tersampaikan dengan jelas dan tepat waktu, serta memungkinkan terjalinnya kerjasama yang efektif antara *crew* dan klien maupun antara anggota tim *Shakila Wedding Organizer*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari Hasil Pembahasan Bab IV, adapun yang menjadi kesimpulan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Komunikasi antara owner Shakila *Wedding Organizer* dengan *crew* dan klien didukung oleh penggunaan sistem manajemen proyek dan pelanggan yang terintegrasi dengan baik. Komunikasi dilakukan secara lisan, verbal, non verbal, terbuka, dan saling menghargai. Kebijakan dan pedoman komunikasi yang jelas telah dibuat untuk mengatur frekuensi, format, dan tanggapan yang diharapkan, serta penyelesaian situasi komunikasi yang sulit.

- Keragaman Media Komunikasi:

Crew berusaha menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan preferensi klien, memberikan opsi komunikasi melalui berbagai media seperti pesan teks, panggilan telepon, atau pertemuan tatap muka.

- Tingkat Keterlibatan Klien:

Crew menjelaskan proses perencanaan acara secara rinci kepada klien dan melibatkan mereka dalam setiap tahap persiapan. Mereka juga proaktif dalam menanggapi pertanyaan atau kekhawatiran klien dengan cepat.

- **Pemahaman Bersama:**

Klien merasa terlibat dalam komunikasi dengan crew Shakila *Wedding Organizer*, merasa didengar, dan dihargai. *Crew* berusaha memahami preferensi dan keinginan klien serta bekerja sama untuk menemukan solusi yang memuaskan.

Faktor penunjang komunikasi antara *crew* dan klien meliputi keterbukaan, keterampilan komunikasi yang baik, penggunaan teknologi modern, penggunaan bahasa yang sesuai, dan kerjasama yang baik antara kedua belah pihak. Sementara itu, faktor penghambat komunikasi termasuk ketidakkonsistenan dalam menyampaikan informasi, ketidakjelasan mengenai peran dan tanggung jawab, serta adanya ketegangan atau konflik.

Dengan pemahaman akan faktor-faktor ini, Shakila *Wedding Organizer* dapat meningkatkan komunikasi dengan mengatasi hambatan yang mungkin muncul dan memperkuat elemen-elemen yang mendukung komunikasi yang efektif, sehingga memastikan keberhasilan dan kepuasan dalam perencanaan dan pelaksanaan acara pernikahan.

B. Saran

1. Saran Untuk Owner Shakila *Wedding Organizer*

Fasilitasi Komunikasi Terbuka untuk mendorong komunikasi terbuka dan jujur di antara *crew* dan klien. Pastikan bahwa kru merasa nyaman untuk berbagi informasi dan mendiskusikan masalah dengan klien.

Berikan Dukungan Teknologi, pastikan bahwa ada sistem manajemen proyek dan pelanggan yang efisien untuk mendukung pertukaran informasi antara kru dan klien. Berinvestasi dalam alat komunikasi yang memungkinkan komunikasi yang cepat dan efektif.

Berikan Pelatihan, kepada *crew* tentang keterampilan komunikasi yang efektif. Ini bisa mencakup keterampilan mendengarkan aktif, menyampaikan informasi dengan jelas, dan menangani konflik secara konstruktif.

2. Saran Untuk *Crew*

Jaga Komunikasi Terbuka, Komunikasikan dengan jelas dan terbuka dengan klien tentang progres perencanaan pernikahan dan setiap perubahan yang terjadi. Jangan ragu untuk bertanya kepada klien jika ada ketidakjelasan.

Responsif, Pastikan untuk merespons setiap umpan balik atau pertanyaan dari klien dengan cepat dan tepat. Hal ini akan membantu membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan dengan klien.

Berkomunikasi secara terbuka dan berkolaborasi dengan anggota tim lainnya. Jangan ragu untuk berbagi ide, masukan, atau pertanyaan

dengan sesama anggota tim untuk memastikan bahwa semua aspek perencanaan pernikahan terkoordinasi dengan baik.

3. Saran untuk Klien

Aktif Berkomunikasi, Jangan ragu untuk menyampaikan preferensi, kebutuhan, atau kekhawatiran anda kepada *crew* Shakila *Wedding Organizer*. Semakin aktif Anda berkomunikasi, semakin baik kru dapat memenuhi harapan Anda.

Berikan umpan balik secara teratur kepada *crew* tentang pengalaman anda selama proses perencanaan pernikahan. Ini akan membantu mereka untuk terus meningkatkan layanan mereka dan memastikan kepuasan Anda.

Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, Shakila *Wedding Organizer* dapat memastikan bahwa komunikasi antara *crew* dan klien berjalan lancar, informasi tersampaikan dengan jelas dan tepat waktu, dan kerjasama antara semua pihak terjaga dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

- A Anggito, J Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Jawa Barat: CV, Jejak). Cet Ke 1.
- Abdussamad, Zuchri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. (Makassar: CV. Syakir Media Press. Cet ke 1.
- AF Nasution. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: CV. Harfa Creative). Cet Ke 1.
- BE Dono. (2021). *Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Siswa*. (Yogyakarta: Guepedia). Cet ke 1.
- FR fiantika. (2022). *Methodology Penelitian Kualitatif*. (Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi). Cet ke 1.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group). Cet Ke 1.
- Haryokao S, Bahartiar, F Arwadi. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. (Mahbassar Badan Penertat Universitas Makassar). Cet Ke 1.
- Iqbal, Muhammad. (2018). *Psikologi Pernikahan*. Jakarta:Gema Insani. Cet. Ke-1.

MA Equatora, L Manting. (2021). *Teknik Pengumpulan Data Klien*. (Bitread Publishing). Cet Ke-1.

P Lestari, Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: Alfabeta). Cet. Ke 1.

Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. Cet Ke 1.

B. Sumber Jurnal & Skripsi

AE Prayogi, T Holillah, N Laia, YN Faisa. (2021). “Analisis Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja *Team* Pada *Dperfect Planner Wedding Organizer* Medan”. *Komunika Jurnal Komunikasi*. Vol.17, No.1.

Ali, Karnila. (2020). “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih *Wedding Organizer* (Studi Pada Konsumen *Art Project Lampung* di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*. Vol.1, No.2.

Ambarwati, AP Anindika, IL Mustika. (2018). “Pernikahan Adat Jawa Sebagai Salah Satu Kekuatan Budaya Indonesia”. *Prosiding Senasbasa*. Vol.2. No.2.

Anderson, Kevin. (2018). “Kualitas Pelayanan *Amor Wedding And Event Organizer* Menurut Konsumen Di Semarang”. Skripsi S1 Universitas

Katolik Soegijapranata Semarang. (Semarang: Perpustakaan Unika Soegijapranata).

Anggraini, Juni. (2020). "POTENSI BISNIS *WEDDING ORGANIZER* DI KOTA MEDAN SEBAGAI SALAH SATU *MULTIPLIER EFFECT* INDUSTRI *MICE* DI KOTA MEDAN". *Jurnal Ilmiah Maksitek*. Vol.5, No.1.

AR Sitingjak. (2018). "Pola Komunikasi *Public Relation Officer* Dalam Mempertahankan Citra PT. Lion Air Indonesia Cabang Manado". *Journal Acta Diurna*. Vol.1, No.1.

AT Aulia. (2018). "Strategi Komunikasi Pemasaran Patron *Wedding Organizer* Melalui Media Sosial Instagram". *Lektur Jurnal Komunikasi*. Vol.1, No.1.

D Hadiani, AH Munawar, N Supriatna. (2019). "Keputusan Memilih Jasa *Wedding Organizer* Berdasarkan *Physical Evidence Factor* (Studi Kasus pada CV. Anpian Wedding Organizer Ciamis)". *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*. Vol.6, No.1.

DD Pohan, US Fitria. (2021). "Jenis-Jenis Komunikasi". *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*. Vol.2, No.3.

DI Cahyani, MI Kartasurya, MZ Rahfiludin. (2020). "Gerakan Masyarakat Hidup Sehat dalam Perspektif Implementasi Kebijakan (Studi Kualitatif)". *Jurnal kesehatan Masyarakat Indonesia*. Vol. 15, No. 1.

- E Maiyana, M Susanti, F Rahayu. (2019). "Penyewaan *Online Wedding Organizer* Berbasis Web". *Jurnal Sains dan Informatika*. Vol.5. No.1.
- E Maiyana, M Susanti, F Rahayu. (2019). "Penyewaan *Online Wedding Organizer* Berbasis Web". *JURNAL SAINS DAN INFORMATIKA Research of Science and Informatic*. Vol. 5, No.1.
- Ekawati, Ati. (2020). "Pola Pelaksanaan Bimbingan Klien Pemasarakatan Selama Menjalankan Program Integrasi Untuk Tidak Melakukan Tindak Pidana: Studi di Balai Pemasarakatan Kelas I Bandung". *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Pembelajaran*. Vol.2, No.1.
- F Norhabiba, SAR Putri. (2018). "Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya". *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 7, No.1.
- IA Zumarnis, Z Abidin, M Rifai, K Mardiyah. (2023). "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Digital Pada Media Sosial Instagram Terhadap *Brand Awareness* Dan Keputusan Menggunakan Jasa *Wedding Organizer* Teman Manten". *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*. Vol.3. No.4.
- J Setyawan, ERusdianti, H Widhiastuti. (2021). "Pengaruh Kepuasan, Kompensasi dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan Di Mediasi Keterlibatan Karyawan". *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. Vol.14. No.2.

- L Kendhawati & FD Purba. (2019). “Hubungan Kualitas Pernikahan Dengan Kebahagiaan dan Kepuasan Hidup Pribadi : Studi Pada Individu Dengan Usia Pernikahan Dibawah Lima Tahun Di Bandung”. *Jurnal Psikologi*. Vol.18. No.1.
- M Majduddin, M Muizzuddin. (2019). “Tinjauan Hukum Islam Mengenai Larangan Walimah Al 'Ursh Selain Musim Panen Menurut Adat Desa Sidokumpul Sambeng Lamongan”. M iyah : *Jurnal Studi Islam*. Vol.15, No.2.
- MA Hasibuan. (2019). “Komunikasi Sirkular (*Circular Theory*)”. *Jurnal Network Media*. Vol. 2, No. 1.
- MA Hasibuan. (2019). “Komunikasi Sirkular (*Circular Theory*)”. *Jurnal Network Media*. Vol.2. No.1.
- MH Cinthiya. (2020). “Pengaruh kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Klien Pada Jasa *Makeup* Pengantin Di Desa Pekarungan Sidoarjo”. *e-jurnal*. Vol.9. No.4.
- Mohajan H. (2018). “Oualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects”. *Journal of Economic Development. Environment and People*. Vol. 7 No. 1.
- N Yusuf, R Lahati, A Vindri M, F Hasan. (2022). “Perubahan Kebiasaan Pesta Pernikahan Pada Masyarakat Bolaang Mongondow”. *Al-Mizan*. Vol.18, No.2.

- NA Basyah, A Razak, Zulfadhli. (2020). " Metode Kualitatif Dalam Riset Bisnis : Satu Tinjauan". *Economica Didactica*. Vol. 2, No.2.
- NF Rahmawati, MT Abadi. (2023). "Analisis Studi Kelayakan Bisnis *Wedding Organizer* (Studi Kasus pada "Rahma *Wedding Organizer*" di Kabupaten Pekalongan)". *BISMA : Business and Management Journal*. Vol.1, No.4.
- PM Purnama. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen *Wedding Organizer* Di Kota Prabumulih". *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.7 No.2.
- Putri Sahroma KS, M Anasrullah. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Nadzira *Wedding Organizer* Tulungagung". *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan*. Vol.1. No.2.
- SA Pucy. (2023). "Strategi Komunikasi Pemasaran Katajije *Wedding Organizer* Dalam Menarik Minat Konsumen di Kota Bandung". *Skripsi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Bandung:Perpustakaan Universitas Pasundan*.
- UB Haryoko,VLD Pasaribu, Ardiyansyah. (2020). "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (*Wedding Organizer*)". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol.2. No.1.

W Florentina, I Ikhwan. (2021). “Perubahan Dalam Penyelenggaraan Pesta Pernikahan”. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Vol.5, No. 2.

Yosanto, Yoki. (2019). “Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif”. *Journal of Scientific Communication*. Vol. 1, No. 1.

Yuliani, Wiwin. (2018). “Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling”. *Ouanta*. Vol.2, No.2.

LAMPIRAN



Gambar 1. Tampak depan Kantor Shakila *Wedding Organizer*



Gambar 2. Foto galeri kantor Shakila *Wedding Organizer*



Gambar 3. Foto *crew* sedang meeting bersama klien



Gambar 4. *Crew* sedang gladi resik bersama dengan klien



Gambar 5. Foto *Crew* sedang *briefing* awal sebelum memulai acara



Gambar 6. *Crew* sedang diskusi bersama dengan pengisi acara



Gambar 7. Foto Bersama *crew* dan klien Shakila *Wedding Organizer*
Pada saat hari acara



Gambar 8. Wawancara bersama dengan *Owner Shakila Wedding Organizer*



Gambar 9. Wawancara bersama dengan *Crew Shakila Wedding Organizer*



Gambar 10. Wawancara bersama dengan *Klien Shakila Wedding Organizer*



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikry No. 1 Km. 3,5 Palembang 30126
Telepon: (0711) 354668 Faximile (0711) 356209
Website: www.dakkom.radenfatah.ac.id



Nomor : B.532/Un.09/V.1/PP.00.9/03/2024
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Palembang, 27 Maret 2024

Kepada Yth.
Owner Shakila Wedding Organizer

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

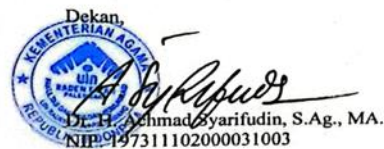
Dalam rangka menyelesaikan penulisan karya ilmiah berupa skripsi/makalah mahasiswa kami;

N a m a : Intan Veseelia
Smt / Tahun : VIII/ 2023-2024
NIM / Jurusan : 2010501004/ Komunikasi dan Penyiaran Islam
A l a m a t : Perum Griya Interbis Indah Blok CH 30
Waktu Penelitian : 25 Maret s.d 30 April 2024
J u d u l : *Pola Komunikasi Crew dengan Klien dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer*

Schubungan dengan itu kami mengharapkan bantuan Bapak/Ibu semoga berkenan memberikan izin kepada mahasiswa tersebut untuk melaksanakan penelitian di lingkup wilayah kerja Bapak/Ibu, sehingga memperoleh bahan-bahan yang dibutuhkan, untuk kemudian digunakan dalam penyusunan tugas mata kuliah tersebut. Semua bahan dan keterangan yang diperoleh akan digunakan semata-mata untuk perkembangan Ilmu pengetahuan dan tidak akan dipublikasikan untuk umum.

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Dr. H. Ahmad Syarifudin, S.Ag., MA.
NIP. 197311102000031003





FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN
FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No. 1 KM. 3,5 Palembang, 30126 Telp.
(0711)35276 website: www.radenfatah.ac.id



LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Intan Vesselia
NIM : 2010501004
Judul : Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara
Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer
Dosen Pembimbing I : Dr. Achmad Syarifudin, MA

No	Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Saran Pembimbing	Paraf Pembimbing
1	11/9/23	Proposal Skripsi	- Pertajam masalah - Rumusan masalah diperbaiki	
2	12/9/23	Proposal Skripsi	Acc	
3	19/9/23	Skripsi Bab I	- Judul di dalam awal lembar di cover - Halaman 1 di bawah, lainnya ok - Kelengkapan Metode Penelitian ditambah di awal di Bab I	

4	9/10/23	Bab I	Ace lanjut Bab berikutnya	Alip
5	17/1/24	Bab II	- Nomor halaman melainkan dari Bab ke- lannya. - Revisi dalam bab II	Alip
	27-3-24	BAB II	Ace lanjut Bab berikutnya	Alip
	28-3-24	Bab III > KPD	lanjut studi lapangan lumpuh saat selesai kan penelitian	Alip
	4/4/24	Bab IV	1- Sumber data (hasil observasi) diteliti. 2. Hasil wawancara diceritakan 3. Urutan paragraf hasil dapat dibandingkan hasil sebelumnya	Alip
6	4-4-24	Bab IV	Ace lanjut laman kompre- hensif	Alip
	26-4-24	Bab V	= Kumpulan dari Bab I & campurannya - Tambah lembar konversi.	Alip

30/4/24	Full Bab 1 - Cover diper- baiki sesuai saku	<ul style="list-style-type: none"> - Keterangan dari lokasi penelitian & lampirkan - Skp PBB, izin penelitian - pernyataan jika diaku metelan - Nostrade di keran 	AS/R
2/mei/24	Full Bab Bab 7 lampiran	Ace untuk ujian 3	AS/R



FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN
FATAH PALEMBANG









Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri No. 1 KM. 3,5 Palembang, 30126 Telp.
(0711)35276 website: www.radenfatah.ac.id



LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Intan Vesselia
NIM : 2010501004
Judul : Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara
Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer
Dosen Pembimbing II : Muhammad Randicha Hamandia, M.Sos

No	Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Saran Pembimbing	Paraf Pembimbing
1	18/09/2023	Skripsi Bab I Acc dengan perbaikan	Sumber referensi min 2010, Perbaiki margin dan halaman bab 1.	
2.	17/01/2024	Skripsi Bab II Acc	Per sub bab diutamakan	
3.	30/01/2024	Skripsi Bab III Acc lanjut Instrument		
4.	06-03/2024	Acc Instrument lanjut bab 4 & 5		
5.	08-03/2024	Revisi bab 4	(Halaman diatur)	
6.	14-03/2024	Revisi isi bab 4, Sinkronkan dengan Teori		

7.	18-03-2024.	Acc bab 9 Langut bab 5.		
8.	01-09-2024	Acc bab 5.		
No.	Tanggal	Mata kuliah di Konsolidasi	Jenis Penyusunan	Tipe Penyusunan
1.	17/03/2024	Statistik I Langut bab 1	Statistik I Langut bab 1	
2.	17/04/2024	Statistik Bab II Acc	Per bab Statistik	
3.	20/04/2024	Statistik Bab III Acc	Per bab Statistik	
4.	18-07-2024	Acc Informatika Langut bab 9 & 5		
5.	08-08/2024	Langut bab 9	(Statistik Informatika)	
6.	14-05/2024	Praktik 121 Bab 5 Statistik Informatika Tugas		

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wiji Lestari, S.Pd
Alamat : Jl. Husin Basri, Perumahan Graha Famili Ceria I. Blok C-3.
RT 05, RW 01, Kel. Sukamulya, Kec. Sematang Borang.
Jabatan : OWNER SHAKILA WEDDING ORGANIZER

Menerangkan bahwa :

Nama : Intan Vesselia
Nim : 2010501004
Pekerjaan : Mahasiswi
Fakultas/prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat : Perum. Griya Interbis Indah Blok CH.30 Rt.85, Rw.005

Benar telah mengadakan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer**

demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Palembang, 31 Maret 2024

Yang di wawancara



Wiji LESTARI, S.Pd

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bagus Bimo B
Alamat : Jl. Talang Keramat, Perum. Griya Taman Lestari
Jabatan : Crew SWU

Menerangkan bahwa :

Nama : Intan Vesselia
Nim : 2010501004
Pekerjaan : Mahasiswi
Fakultas/prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat : Perum. Griya Interbis Indah Blok CH.30 Rt.85, Rw.005

Benar telah mengadakan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer**

demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Palembang, 30 Maret 2024

Yang di wawancara


.....
Bagus B.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Ridwan
Alamat : Jl. Semayang Barat KOMP. GCP blok F-9
Jabatan : Crew Shakila Wedding organizer

Menerangkan bahwa :

Nama : Intan Vesselia
Nim : 2010501004
Pekerjaan : Mahasiswi
Fakultas/prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat : Perum. Griya Interbis Indah Blok CH.30 Rt.85, Rw.005

Benar telah mengadakan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer**

demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Palembang, 30 Maret 2024

Yang di wawancara



.....

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rifni Ade Septiani
Alamat : TPA 2, Jalan Karya Perumahan Taman Karya Indah
Jabatan : Client

Menerangkan bahwa :

Nama : Intan Vesselia
Nim : 2010501004
Pekerjaan : Mahasiswi
Fakultas/prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat : Perum. Griya Interbis Indah Blok CH.30 Rt.85, Rw.005

Benar telah mengadakan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer**

demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Palembang, 29 Maret 2024

Yang di wawancara



Rifni Ade Septiani

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tri Jumartini Ilyas .S.sos
Alamat : Jl. Wirajaya VI , No.102 Rt.004 Rw.003 Siring Agung 18 k Palembang
Jabatan : Client Shakila Wedding Organizer

Menerangkan bahwa :

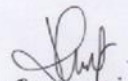
Nama : Intan Vesselia
Nim : 2010501004
Pekerjaan : Mahasiswi
Fakultas/prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat : Perum. Griya Interbis Indah Blok CH.30 Rt.85, Rw.005

Benar telah mengadakan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer**

demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Palembang, 31 Maret 2024

Yang di wawancara


Tri Jumartini Ilyas .S.sos

INSTRUMEN PENELITIAN
POLA KOMUNIKASI *CREW* DENGAN KLIEN DALAM
PELAKSANAAN ACARA PERNIKAHAN PADA SHAKILA *WEDDING*
ORGANIZER

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan
1.	Pola Komunikasi <i>Crew</i> Dengan Klien	Frekuensi Komunikasi antara <i>crew</i> dengan klien	Berapa sering berinteraksi dengan <i>crew</i> Shakila <i>Wedding Organizer</i> selama persiapan acara pernikahan?
		Keragaman Media Komunikasi	Selain pertemuan tatap muka, apakah menggunakan saluran komunikasi lain?
		Tingkat Keterlibatan Klien	Apakah preferensi dan keinginan klien didengar dan dipertimbangkan oleh <i>crew</i> dalam perencanaan acara?
		Responsif <i>Crew</i>	Bagaimana penilaian klien terhadap tingkat kesediaan <i>crew</i> untuk membantu dalam menyelesaikan masalah yang muncul?
		Pemahaman Bersama	Bagaimana Tingkat kesamaan pemahaman tentang tujuan, tanggung jawab, dan harapan antara <i>crew</i> dan klien?
		Hasil Kinerja	Bagaimana pola komunikasi tersebut mempengaruhi kinerja dan pencapaian tujuan <i>crew</i> dan klien?

FORMAT WAWANCARA

POLA KOMUNIKASI *CREW* DENGAN KLIEN DALAM PELAKSANAAN ACARA PERNIKAHAN PADA SHAKILA *WEDDING* *ORGANIZER*

Crew Shakila Wedding Organizer :

1. Bagaimana *crew* menjelaskan kepada klien tentang proses pelaksanaan acara pernikahan secara keseluruhan?
2. Apakah *crew* telah menyampaikan kepada klien tentang jadwal persiapan acara, termasuk pertemuan-pertemuan penting dan tenggat waktu yang perlu diikuti?
3. Bagaimana cara *crew* menyesuaikan gaya komunikasi dengan preferensi komunikasi klien? Apakah *crew* memberikan pilihan untuk berkomunikasi melalui pesan instan, grup dsikusi, panggilan telepon, atau pertemuan tatap muka?
4. Apakah *crew* secara proaktif memberikan informasi kepada klien tentang perkembangan terbaru atau perubahan yang terjadi selama persiapan acara?
5. Bagaimana *crew* menanggapi pertanyaan atau kekhawatiran yang diajukan oleh klien secara tepat waktu?
6. Apakah *crew* memastikan bahwa klien memiliki pemahaman yang jelas tentang peran dan tanggung jawab mereka dalam pelaksanaan acara pernikahan?
7. Bagaimana *crew* mengelola harapan klien terhadap pelaksanaan acara, terutama jika ada situasi yang mungkin membutuhkan penyesuaian atau perubahan rencana?
8. Apakah *crew* secara rutin meminta umpan balik dari klien tentang proses komunikasi dan layanan yang mereka terima dari Shakila *Wedding Organizer*?
9. Bagaimana *crew* menangani situasi ketika ada ketidaksepakatan atau masalah yang timbul antara klien dan *crew* Shakila *Wedding Organizer*?

Klien Shakila Wedding Organizer:

1. Apakah anda merasa bahwa *crew Shakila Wedding Organizer* telah menyampaikan informasi yang cukup jelas dan tepat waktu tentang perkembangan terbaru atau perubahan yang terjadi selama persiapan acara?
2. Bagaimana Anda menilai responsif *crew Shakila Wedding Organizer* terhadap pertanyaan atau masalah yang Anda sampaikan selama persiapan dan pelaksanaan acara?
3. Apakah Anda merasa bahwa pola komunikasi dengan *crew Shakila Wedding Organizer* memfasilitasi kerjasama yang efektif dalam menyelesaikan persiapan dan pelaksanaan acara pernikahan?
4. Apakah Anda merasa puas dengan komunikasi dan pelayanan yang diberikan oleh *crew Shakila Wedding Organizer* selama persiapan dan pelaksanaan acara?
5. Apakah ada saran atau umpan balik yang ingin Anda berikan kepada *crew Shakila Wedding Organizer* untuk meningkatkan komunikasi dan pelayanan mereka kepada Anda?
6. Bagaimana tingkat keterlibatan Anda dalam berkomunikasi dengan *crew Shakila Wedding Organizer* selama persiapan dan pelaksanaan acara pernikahan? Apakah Anda merasa bahwa preferensi dan keinginan Anda didengar dan dipertimbangkan dengan baik?

Owner Shakila Wedding Organizer:

1. Bagaimana anda mengevaluasi kualitas komunikasi antara *crew* dan klien selama persiapan dan pelaksanaan acara pernikahan?
2. Apakah anda memiliki mekanisme untuk memonitor frekuensi dan jenis komunikasi yang dilakukan oleh *crew* dengan klien?
3. Apakah anda secara rutin memeriksa tingkat kepuasan klien terhadap komunikasi dan layanan yang mereka terima dari *crew Shakila Wedding Organizer*?
4. Apakah anda memiliki kebijakan atau pedoman yang jelas terkait komunikasi antara *crew* dan klien, dan bagaimana anda memastikan bahwa kebijakan ini dipatuhi?

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : 333 TAHUN 2023
TENTANG
PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S 1)
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

- Menimbang :**
1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.
 2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat :**
1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang sistem Pendidikan Nasional;
 2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;
 3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
 4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;
 5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
 6. Keputusan Menteri Agama RI No. 232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

M E M U T U S K A N

MENETAPKA

Pertama Menunjuk sdr. : 1. Dr. Achmad Syarifudin, S.Ag., MA NIP : 19731110 200003 1 003
2. M. Randicha Hamandia, M.Kom NIP : 19920714 201903 1 010

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : : Intan Veselia
NIM / Prodi : : 2010501004 / KPI
Semester/Tahun : : VII / 2023 - 2024
Judul Skripsi : : Pola Komunikasi crew dengan klien dalam pelaksanaan acara pernikahan pad shakita weddin organizer.

- Kedua :** Masa bimbingan berlaku Sampai Tanggal 11 bulan Februari Tahun 2024
ketiga : Keputusan ini mulai berlaku 6 (Enam) bulan sejak tanggal di tetapkan dan dapat di perpanjang 1 (Satu) kali jika yang bersangkutan belum dapat menyelesaikan.
Keempat : Mohon kepada dosen pembimbing agar memberikan bimbingan secara maksimal 8 (delapan) Kali Pertemuan.
Kelima : Apabila dalam penetapan ini terdapat kekeliruan akan di tinjau Kembali.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
PADA TANGGAL : 11 - 09 - 2023

REKTOR

Achmad Syarifudin

Tembusan
1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang
2. Ketua prodi KPI/BPI/Jurnalistik/MD/PMI
3. Mahasiswa Yang Bersangkutan

Perpanjangan sk

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : 335 TAHUN 2023
TENTANG
PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S.1)
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG.

- Menimbang** :
1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.
 2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat** :
1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang sistem Pendidikan Nasional;
 2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;
 3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
 4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;
 5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
 6. Keputusan Menteri Agama RI No. 232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

MEMUTUSKAN

MENETAPKA

Pertama : Menunjuk sdr. : 1. Dr. Achmad Syarifudin, S.Ag., MA NIP : 19731110 200003 1 003
2. M. Randicha Hamandia, M.Kom NIP : 19920714 201903 1 010

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : Intan Veselia
NIM / Prodi : 2010501004 / KPI
Semester/Tahun : VIII / 2023 - 2024
Judul Skripsi : Pola Komunikasi crew dengan klien dalam pelaksanaan acara pernikahan pad shakila weddin organizer.

- Kedua** : Masa bimbingan berlaku Sampai Tanggal 11 bulan Agustus Tahun 2024
ketiga : Keputusan ini mulai berlaku 6 (Enam) bulan sejak tanggal di tetapkan dan dapat di perpanjang 1 (Satu) kali jika yang bersangkutan belum dapat menyelesaikan.
Kecempat : Mohon kepada dosen pembimbing agar memberikan bimbingan secara maksimal 8 (delapan) Kali Pertemuan.
Kelima : Apabila dalam penetapan ini terdapat kekeliruan akan di tinjau Kembali.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG
PADA TANGGAL : 23 - 02 - 2023


Achmad Syarifudin

Tembusan

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang
2. Ketua prodi KPI/BPI/Jurnalistik/MD/PMI
3. Mahasiswa Yang Bersangkutan

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Intan Vesselia
NIM : 2010501004
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Pola Komunikasi *Crew* Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila *Wedding Organizer*

No	Yang Diperbaiki
1.	Perbaiki Latar Belakang
2.	Revisi Teori Harus sesuai Dengan Hasil Dan Judul Penelitian
3.	Perbaiki Motto Dan Persembahan
4.	Perbaiki Daftar Pustaka
5.	Penambahan BAB III

Palembang, 10 Juni 2024

PENGUJI I

Dr. Fifi Hasmawati, M.Si
NIP. 197007241992032001

PENGUJI II

Sri Hertimi, M.Si
NIP. 197212102022212007

PERMOHONAN PENJILIDAN SKRIPSI

Hal: Permohonan Penjilidan Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Raden Fatah
Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Berdasarkan dengan surat keterangan ini, kami beritahukan bahwa setelah mengadakan pemeriksaan serta perbaikan seperlunya sesuai dengan kebutuhan, maka kami berpendapat bahwa skripsi:

Nama : Intan Vesselia
NIM : 2010501004
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Pola Komunikasi *Crew* Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pemikahan Pada Shakila *Wedding Organizer*

Telah dipersetujui untuk dilakukan penjilidan berdasarkan atas ketentuan yang berlaku. Demikian surat keterangan ini dibuat, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Palembang, 10 Juni 2024

PENGUJI I

Dr. Fifi Hasmawati, M.Si
NIP. 197007241992032001

PENGUJI II

Sri Hertimi, M.Si
NIP. 197212102022212007

BIODATA DIRI



Nama : Intan Vesselia

Tempat/Tanggal lahir : Palembang, 02 Oktober 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Alamat : Perum. Griya Interbis Indah Blok CH.30
Rt.085/Rw.005,Kelurahan Talang Kelapa
Kecamatan Alang-Alang Lebar

Riwayat Pendidikan : SDN 014 Samarinda
SMPN 52 Palembang
SMAN 22 Palembang