

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pernikahan merupakan salah satu peristiwa penting dan sakral dalam kehidupan manusia. Tidak hanya sekedar penyatuan dua individu dalam ikatan resmi, pernikahan juga merepresentasikan pertemuan dua keluarga, dua budaya, bahkan dua cara pandang yang mungkin berbeda terhadap kehidupan. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila pernikahan sering kali disiapkan dengan sangat rinci, penuh harapan, dan ekspektasi tinggi dari berbagai pihak, terutama dari pasangan calon pengantin dan keluarga besar masing-masing. Indonesia dengan latar belakang multikultural, pernikahan memiliki dimensi kompleks karena dipengaruhi oleh keberagaman etnis, agama, dan budaya lokal (Nasrul et al., 2024). Berdasarkan UU No. 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan, pernikahan dianggap sah apabila dilakukan sesuai dengan hukum masing-masing agama dan kepercayaan. Artinya, institusi pernikahan di Indonesia tidak hanya diatur oleh hukum negara, tetapi juga oleh norma agama dan adat istiadat setempat.

Masyarakat Indonesia yang bercorak kolektivistik cenderung melihat pernikahan sebagai urusan sosial dan komunal, bukan sekedar keputusan individual. Menurut Koentjaraningrat (2009) dalam (Usman, 2024) pernikahan masyarakat tradisional di Indonesia berfungsi sebagai mekanisme untuk memperkuat ikatan sosial dan ekonomi antar keluarga besar, hal ini tercermin dari

keterlibatan keluarga besar dalam proses pengambilan keputusan, pelaksanaan upacara, serta pembiayaan pernikahan. Bahkan dalam masyarakat urban, di mana modernisasi telah mengubah banyak aspek kehidupan sosial, praktik-praktik tradisional dalam pernikahan masih dijaga dan dihormati sebagai bagian dari warisan budaya. Pergeseran nilai-nilai pernikahan dari tradisional ke modern juga dipengaruhi oleh arus globalisasi, media, dan perkembangan teknologi. Generasi muda mulai mempertanyakan norma-norma pernikahan yang kaku dan mencari bentuk relasi yang lebih egaliter. Namun, di sisi lain, mereka tetap berusaha mempertahankan elemen budaya seperti penggunaan pakaian adat, prosesi ritual, dan simbol-simbol tradisional dalam pernikahan. Hal ini menegaskan bahwa pernikahan di Indonesia mengalami dialektika antara kontinuitas budaya dan perubahan sosial (Heryanto, 2015). Seiring masuknya modernisasi dan pengaruh budaya global, pelaksanaan pernikahan mengalami transformasi signifikan, baik dalam bentuk, nilai, maupun pelaku yang terlibat. Pengaruh budaya global memudahkan penyebaran informasi secara luas dan mengenalkan berbagai macam tradisi atau budaya dari berbagai negara (Aminudin et al., 2025). Referensi dari film, majalah pernikahan, hingga tayangan televisi internasional memperkenalkan konsep “*fairy tale wedding*” yang penuh estetika dan detail logistik. Fenomena ini memicu lahirnya jasa profesional yang membantu calon pengantin dalam merencanakan dan melaksanakan pernikahan secara sistematis dan terorganisir, yang kini dikenal sebagai Wedding Organizer (WO).

Seiring perubahan generasi, tren pernikahan di Indonesia juga ikut mengalami transformasi. Survei Jakpat yang dikutip Woman Indonesia (2023)

menunjukkan bahwa 41% pasangan Milenial dan Gen Z lebih memilih konsep intimate wedding, yang digelar secara personal. Hal ini menandakan adanya pergeseran makna pernikahan di kalangan generasi muda. Pergeseran ini juga tidak lepas dari transformasi nilai pernikahan di masyarakat. Generasi milenial dan Gen Z memaknai pernikahan bukan hanya sebagai kewajiban sosial, tetapi sebagai personal milestone yang perlu dirayakan sesuai identitas dan gaya hidup mereka. Hal ini turut mengubah ekspektasi terhadap bentuk penyelenggaraan pernikahan. Banyak pasangan yang memilih pernikahan bertema internasional, rustic, intimate, outdoor, hingga destination wedding, yang semua membutuhkan perencanaan dan manajemen profesional. Transformasi dalam nilai dan praktik pernikahan ini kemudian berdampak pada cara masyarakat mempersiapkan pernikahan. Jika dahulu persiapan pernikahan dilakukan sepenuhnya oleh keluarga dan kerabat, kini muncul aktor baru yang mengambil alih peran tersebut secara profesional, yaitu Wedding Organizer (WO). WO hadir tidak hanya sebagai penyedia jasa teknis, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi, penengah budaya, dan mediator antarharapan yang kadang bertentangan antara pasangan pengantin dan keluarga mereka. Dalam fase awalnya, WO hanya berperan sebagai koordinator acara, namun dengan semakin kompleksnya permintaan klien, peran WO berkembang menjadi manajer acara, kurator tema, hingga konsultan komunikasi dan budaya antara dua keluarga besar. Sebelum munculnya jasa Wedding Organizer (WO), penyelenggaraan pernikahan di Indonesia umumnya dikelola oleh keluarga besar dengan bantuan perias mantan atau juru rias pengantin. Mereka tidak hanya bertanggung jawab atas riasan pengantin, tetapi juga mengatur jalannya prosesi adat

dan memastikan kelancaran acara. Budaya masyarakat Indonesia yang mengadakan acara pernikahan dalam skala besar dengan mengundang seluruh keluarga besar dalam acara pernikahan juga menjadi salah satu faktor yang menjadikan bisnis *wedding organizer* tumbuh di Indonesia (Rizkiana et al., 2023).

Fenomena ini menunjukkan bahwa dinamika sosial dalam pernikahan semakin kompleks dan memerlukan pendekatan profesional yang mampu mengelola aspek emosional, kultural, dan logistik secara simultan. Di era modern seperti sekarang ini, kebutuhan untuk mewujudkan pernikahan yang ideal telah mendorong tumbuh suburnya industri jasa pernikahan. Wedding Organizer berperan sebagai pihak profesional yang membantu merancang, mengatur, dan melaksanakan rangkaian acara pernikahan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan klien. Mulai dari menyusun konsep pernikahan, memilih vendor, mengatur rundown acara, hingga memastikan setiap detail teknis berjalan lancar di hari-H, semuanya menjadi bagian dari tanggung jawab WO. Dengan bantuan WO, pasangan calon pengantin dapat lebih fokus menikmati proses menuju hari pernikahan tanpa harus terjebak dalam tekanan teknis maupun manajerial.

Dengan meningkatnya permintaan dan kompleksitas layanan, WO di Indonesia juga mulai mengembangkan segmentasi layanan. Ada WO yang hanya menawarkan jasa koordinasi pada hari pernikahan (*on the day service*), ada pula yang menyediakan layanan menyeluruh dari awal hingga akhir, termasuk dalam pemilihan tema, pembuatan undangan, konsultasi gaya busana, hingga bimbingan manajemen konflik antarkeluarga. Perubahan besar dalam peran WO juga

mencerminkan adanya shifting paradigma dari praktik tradisional menuju manajemen pernikahan yang lebih sistematis, kreatif, dan berbasis pada preferensi personal klien. Jika dahulu keluarga besar adalah pengatur utama, kini banyak pasangan memilih mengambil kendali atas pernikahan mereka dengan bantuan WO. Fenomena ini tidak bisa dilepaskan dari pengaruh perkembangan media, akses mudah terhadap informasi pernikahan dari luar negeri melalui media sosial dan platform seperti Pinterest, Instagram, hingga TikTok turut membentuk ekspektasi dan preferensi pasangan Indonesia terhadap pernikahan impian mereka. Banyak pasangan kini menginginkan pernikahan yang bersifat *customized*, artistik, dan berkesan, sesuatu yang memerlukan perencanaan matang dan profesional.

Tantangan yang dihadapi WO saat ini semakin kompleks. Selain tuntutan inovasi dari klien, WO juga harus mampu mengelola ekspektasi keluarga besar, menghadapi tekanan waktu, mengantisipasi potensi konflik, serta beradaptasi dengan perubahan tren dan kebijakan (terutama saat pandemi atau regulasi sosial tertentu). Oleh karena itu, profesionalisme dan kapasitas interpersonal menjadi modal penting dalam pengelolaan jasa WO. Sebagai contoh, banyak WO saat ini tidak hanya merekrut tenaga dengan kemampuan teknis seperti dekorasi atau pengaturan acara, tetapi juga memperhatikan kompetensi komunikasi, negosiasi, bahkan psikologi dasar. Hal ini karena WO tidak jarang berhadapan dengan dinamika hubungan antarpasangan, atau bahkan konflik antara keluarga mempelai. Beberapa WO bahkan menawarkan sesi pra-nikah sebagai layanan tambahan agar pasangan bisa saling mengenal lebih baik dan mempersiapkan diri secara emosional maupun spiritual sebelum menikah. Lebih jauh lagi, posisi WO kini semakin

strategis. Mereka menjadi aktor penting dalam mengemas kembali makna pernikahan menjadi sesuatu yang lebih inklusif, sesuai kebutuhan generasi Z dan milenial.

Generasi muda Indonesia saat ini cenderung menginginkan pernikahan yang tidak sekedar mengikuti adat, tetapi juga mencerminkan identitas personal, nilai kesetaraan, serta kepedulian terhadap keberlanjutan (*eco-friendly wedding*), nampak dari banyaknya contoh pernikahan yang digelar saat ini. Di sinilah peran WO sangat dibutuhkan untuk merancang pernikahan yang bukan hanya indah secara estetika, tetapi juga bermakna secara personal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perkembangan WO di Indonesia merupakan refleksi dari transformasi sosial yang lebih luas. Dari akar tradisi yang kental, masyarakat Indonesia kini menyambut kehadiran WO sebagai mitra dalam mewujudkan pernikahan yang sakral sekaligus sesuai dengan tuntutan zaman. WO hadir bukan untuk menggantikan peran keluarga dan adat, tetapi untuk memperkuatnya dalam bentuk baru yang lebih profesional, efisien, dan kontekstual. Industri pernikahan di Indonesia saat ini mengalami transformasi yang signifikan, tidak hanya dalam bentuk atau tampilan luar, tetapi juga dalam nilai-nilai, harapan, serta pola komunikasi di balik prosesnya. Transformasi ini mencerminkan adanya pergeseran paradigma yang berakar dari dinamika sosial kontemporer, yaitu perubahan-perubahan yang terjadi dalam struktur, nilai, norma, dan praktik sosial masyarakat modern, khususnya dalam era globalisasi, digitalisasi, dan urbanisasi.

Menurut survei yang dilakukan oleh Bridestory (2024), “Dalam merancang pernikahan impian, layanan wedding planner masih digunakan oleh (93,4 %) responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar calon pengantin membutuhkan bantuan profesional untuk mengelola berbagai aspek pernikahan mereka, mulai dari sesi konsultasi, koordinasi vendor, manajemen anggaran, hingga penyusunan jadwal.” Di sinilah peran WO menjadi strategis, karena mereka menjadi fasilitator sekaligus kurator nilai-nilai baru yang ingin diusung oleh pasangan pengantin. Seiring perkembangan zaman, peran wedding organizer (WO) mengalami transformasi yang sangat signifikan. Dari semula hanya sebagai fasilitator teknis dan penyelenggara acara pernikahan, kini WO telah bertransformasi menjadi konsultan pernikahan, mediator komunikasi, hingga penjemputan nilai-nilai budaya dan preferensi modern. Perubahan ini merupakan respons terhadap dinamika sosial yang semakin kompleks, perubahan gaya hidup masyarakat urban, serta tuntutan personalisasi dalam pernikahan yang semakin tinggi.

Selain itu, peran WO juga semakin diperluas dalam ranah komunikasi pasangan. WO tidak jarang menjadi pendengar, penengah, bahkan penasihat informal dalam menyelesaikan konflik yang muncul dalam masa persiapan. Lebih jauh, dalam era digitalisasi dan media sosial, WO juga memiliki tanggung jawab baru sebagai kurator visual dan estetika. Banyak pasangan menginginkan pernikahan mereka tidak hanya sakral dan berkesan, tetapi juga Instagrammable dan dapat dibagikan di media sosial secara estetis. Hal ini mendorong WO untuk memahami tren estetika visual, bekerja sama dengan fotografer dan dekorator, serta

mampu mengelola branding personal pasangan melalui momen pernikahan mereka. Transformasi ini menunjukkan bahwa WO telah menjadi bagian dari industri kreatif dan komunikasi, bukan sekedar layanan logistik. Namun, tantangan yang muncul dalam perubahan peran WO juga tidak sedikit. WO kini harus mampu menghadapi dinamika sosial yang cepat berubah, menghadapi generasi dengan nilai dan ekspektasi baru, serta tetap menjaga profesionalisme di tengah tekanan emosional dan logistik yang tinggi. Hal ini membutuhkan peningkatan kapasitas SDM WO, mulai dari pelatihan komunikasi interpersonal, manajemen acara, literasi budaya, hingga dasar-dasar psikologi keluarga.

Kebutuhan akan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika komunikasi WO juga sejalan dengan pergeseran orientasi masyarakat terhadap pernikahan itu sendiri. Jika dahulu pernikahan dianggap sebagai agenda sosial yang ditentukan oleh keluarga besar, kini pernikahan lebih dipandang sebagai proyek personal yang harus merefleksikan kepribadian dan nilai-nilai pasangan. WO berada pada posisi strategis untuk menerjemahkan visi pasangan dalam batasan waktu, anggaran, dan adat yang berlaku. Peran WO juga mengalami interseksionalitas dengan bidang lain seperti konseling, psikologi relasi, hingga literasi finansial. Beberapa WO kini bahkan menawarkan premarital coaching untuk membantu pasangan dalam mengelola ekspektasi, gaya komunikasi, dan pengambilan keputusan sebelum hari pernikahan tiba. Praktik ini menunjukkan bahwa WO dapat berperan dalam membangun fondasi komunikasi pasangan yang sehat sejak masa persiapan pernikahan. Melalui pemahaman atas shifting paradigma ini, maka penelitian tentang dinamika komunikasi WO menjadi sangat

relevan, karena WO adalah titik temu dari berbagai kepentingan, nilai, dan aspirasi yang membentuk wajah baru pernikahan di Indonesia.

Namun demikian, meskipun kehadiran WO bertujuan untuk meringankan beban dan menyederhanakan proses persiapan pernikahan, realitas di lapangan menunjukkan bahwa konflik antara pasangan calon pengantin dan WO masih kerap terjadi. Konflik tersebut bisa muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari kesalahpahaman terkait kontrak kerja, perbedaan selera dalam menentukan konsep dekorasi, keterlambatan jadwal atau vendor, pembengkakan anggaran, hingga ekspektasi yang tidak terpenuhi dari salah satu pihak. Dalam banyak kasus, konflik ini bukan semata-mata disebabkan oleh faktor teknis, melainkan lebih sering bersumber dari aspek komunikasi interpersonal yang kurang efektif. Komunikasi menjadi elemen kunci dalam membangun hubungan kerja yang sehat antara pasangan calon pengantin dan WO. Ketika komunikasi berlangsung secara terbuka, jujur, dan berorientasi pada solusi, maka potensi konflik dapat diminimalkan. Sebaliknya, ketika terjadi miskomunikasi—misalnya informasi tidak tersampaikan dengan jelas, adanya asumsi yang berbeda, atau interpretasi yang keliru—maka ketegangan dan konflik bisa dengan cepat muncul dan memburuk. Oleh karena itu, dinamika komunikasi dalam hubungan antara WO dan kliennya menjadi aspek penting yang layak untuk dikaji secara lebih mendalam. Menurut Burleson dan Samter (2010), efektivitas komunikasi interpersonal sangat bergantung pada kecakapan dalam memahami emosi, kebutuhan, serta nilai-nilai yang diusung oleh pihak yang terlibat. Dalam konteks pernikahan, komunikasi yang buruk antara WO dan klien dapat menyebabkan miskomunikasi, konflik, bahkan kegagalan dalam

pelaksanaan acara. Di sisi lain, komunikasi yang terbuka dan adaptif justru dapat menciptakan kerja sama yang harmonis, solusi yang kreatif, dan pengalaman pernikahan yang berkesan bagi pasangan.

Namun, meskipun praktik WO semakin menjamur di Indonesia dan menjadi bagian integral dari industri pernikahan modern, belum banyak studi ilmiah yang mengkaji aspek komunikasi dalam hubungan antara WO dan pasangan calon pengantin. Padahal, pemahaman terhadap dinamika komunikasi ini sangat penting, mengingat proses pernikahan menyangkut banyak pihak dengan kepentingan berbeda. Studi yang ada selama ini lebih banyak menyoroti peran WO dari sisi manajemen acara, estetika, atau kepuasan klien dari sisi layanan, bukan pada bagaimana proses komunikasi berlangsung, tantangan komunikasi apa yang dihadapi, dan bagaimana WO menavigasi konflik atau negosiasi yang muncul. Selain itu, urgensi lain dari penelitian ini juga dilandaskan pada perubahan struktur sosial masyarakat Indonesia.

Keluarga urban, pasangan generasi milenial dan Gen Z, serta masyarakat digital saat ini memiliki preferensi komunikasi yang berbeda dibanding generasi sebelumnya. Mereka lebih terbiasa dengan komunikasi cepat, terbuka, visual, dan berbasis teknologi. Hal ini menuntut WO untuk mampu beradaptasi, tidak hanya dalam strategi komunikasi formal, tetapi juga dalam penggunaan platform digital seperti WhatsApp, Instagram, hingga Zoom untuk melakukan koordinasi, diskusi desain, dan penyampaian keputusan. Penelitian ini akan menjadi kontribusi penting

dalam memahami bagaimana WO merespons perubahan tersebut dari sisi komunikasi interpersonal maupun komunikasi digital.

Dari sisi praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi langsung bagi pelaku industri pernikahan, khususnya WO, dalam meningkatkan kualitas komunikasi mereka dengan klien. Selain itu, bagi pasangan calon pengantin, pemahaman atas dinamika komunikasi ini juga akan membantu mereka membangun relasi kerja yang sehat dan produktif dengan WO, sehingga proses persiapan pernikahan dapat berjalan lebih lancar dan minim konflik. Dari sisi akademik, penelitian ini akan memperkaya kajian tentang komunikasi interpersonal dalam ranah budaya populer dan industri kreatif, khususnya di Indonesia. Hal ini penting mengingat komunikasi dalam konteks pernikahan berbeda dengan komunikasi organisasi pada umumnya yang dalamnya terdapat emosi, tekanan psikologis, ekspektasi sosial, dan simbolisme budaya yang khas.

Di wilayah Surabaya Raya yang meliputi Kota Surabaya, Kabupaten Sidoarjo, dan Kabupaten Gresik, fenomena ini menjadi semakin menarik untuk dikaji. Kawasan ini merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dan urbanisasi di Jawa Timur, dengan tingkat mobilitas dan gaya hidup masyarakat yang dinamis. Dalam beberapa tahun terakhir, tren pernikahan di wilayah ini menunjukkan peningkatan baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Banyak pasangan muda yang ingin menyelenggarakan pernikahan dengan tema dan konsep unik, mengikuti tren media sosial, namun juga tetap mempertimbangkan aspek tradisi lokal. Keinginan ini sering kali menimbulkan tantangan tersendiri dalam

perencanaan pernikahan, terutama ketika ekspektasi pasangan tidak sepenuhnya sejalan dengan realitas teknis dan anggaran yang tersedia.

Wedding Organizer yang beroperasi di wilayah Surabaya Raya pun harus memiliki kompetensi komunikasi yang tinggi dan kemampuan mediasi yang adaptif. Mereka berhadapan dengan klien yang berasal dari latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya yang beragam. Beberapa klien mungkin memiliki gaya komunikasi yang terbuka dan partisipatif, sementara yang lain cenderung pasif atau bahkan dominan. Dalam kondisi seperti ini, WO dituntut untuk bisa mengidentifikasi potensi konflik sejak awal, membangun hubungan yang didasarkan pada kepercayaan, serta menciptakan ruang dialog yang memungkinkan semua pihak menyampaikan pandangannya secara terbuka.

Selain itu, aspek emosional juga tidak bisa diabaikan. Persiapan pernikahan sering kali menimbulkan tekanan psikologis bagi pasangan calon pengantin. Stres, kelelahan, dan kecemasan menjelang hari-H bisa memengaruhi cara mereka berkomunikasi dan membuat mereka lebih sensitif terhadap hal-hal yang sebenarnya kecil. WO harus peka terhadap kondisi ini dan mampu merespons dengan empati, tanpa kehilangan profesionalismenya. Dalam situasi inilah, strategi mediasi yang bersifat persuasif, suportif, dan solutif sangat dibutuhkan untuk menjaga keharmonisan hubungan antara WO dan klien.

Dalam dunia praktis, WO biasanya mengembangkan strategi komunikasi dan mediasi yang beragam. Ada yang lebih mengedepankan pendekatan konsultatif dengan melibatkan klien dalam setiap proses pengambilan keputusan. Ada pula yang menerapkan pendekatan direktif, dengan alasan efisiensi dan profesionalitas.

Beberapa WO menggunakan teknologi komunikasi seperti grup WhatsApp, video call, atau aplikasi project management untuk menjaga koordinasi, sementara yang lain lebih mengandalkan pertemuan tatap muka untuk membangun kedekatan emosional. Pilihan-pilihan ini tentu membawa konsekuensi tersendiri terhadap dinamika konflik yang mungkin muncul, baik dari segi frekuensi, intensitas, maupun cara penyelesaiannya.

Fenomena ini menunjukkan bahwa peran komunikasi dan strategi mediasi dalam konteks kerja sama antara pasangan calon pengantin dan Wedding Organizer sangat kompleks dan multidimensional. Dalam kerangka komunikasi interpersonal, interaksi antara kedua belah pihak tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh cara penyampaian, konteks emosional, bahasa non-verbal, dan faktor hubungan sosial yang menyertainya. Demikian pula dalam kerangka mediasi konflik, strategi yang digunakan tidak bisa bersifat kaku, melainkan harus fleksibel dan kontekstual, menyesuaikan dengan karakteristik klien, jenis konflik, dan dinamika situasional. Sayangnya, hingga saat ini kajian ilmiah mengenai komunikasi dan strategi mediasi konflik dalam konteks jasa pernikahan, khususnya di Indonesia, masih tergolong minim. Sebagian besar penelitian lebih banyak menyoroti aspek ekonomi industri WO, kepuasan pelanggan, atau efektivitas manajemen acara. Padahal, aspek komunikasi dan manajemen konflik merupakan dimensi yang sangat penting dalam keberhasilan layanan WO secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan fokus pada dinamika komunikasi dan strategi mediasi

konflik yang diterapkan oleh WO dalam menghadapi berbagai persoalan selama proses persiapan pernikahan.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana para pelaku industri WO di wilayah Surabaya Raya membangun komunikasi dengan klien mereka, bagaimana mereka mengidentifikasi dan memahami konflik yang muncul, serta bagaimana strategi mediasi diterapkan untuk menyelesaikan konflik tersebut secara efektif. Harapannya, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan teori komunikasi dan mediasi konflik, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi para pelaku industri WO agar mampu meningkatkan kualitas layanan mereka dan menciptakan pengalaman pernikahan yang lebih harmonis bagi klien mereka. Dengan mempertimbangkan semua aspek di atas, maka dapat ditegaskan bahwa penelitian mengenai dinamika komunikasi wedding organizer dalam proses persiapan pernikahan bukan hanya relevan secara ilmiah, tetapi juga mendesak secara sosial-praktis. Penelitian ini menjadi jawaban atas kebutuhan zaman, di mana pernikahan bukan lagi semata-mata ritual, tetapi sebuah pengalaman sosial, budaya, dan emosional yang kompleks, dan komunikasi adalah jantung dari semuanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, terlihat bahwa peran Wedding Organizer (WO) mengalami pergeseran paradigma yang signifikan, dari sekedar pelaksana teknis menjadi mitra komunikasi strategis bagi pasangan

dalam menghadapi dinamika sosial, kultural, dan emosional dalam proses persiapan pernikahan. Fenomena ini menimbulkan berbagai bentuk komunikasi yang kompleks dan membutuhkan pemahaman yang mendalam. Untuk itu, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

“Bagaimana Wedding Organizer memediasi konflik yang muncul selama proses persiapan pernikahan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan dinamika komunikasi antara pasangan calon pengantin dan Wedding Organizer.
2. Mengidentifikasi umum terjadinya konflik dalam kerja sama antara pasangan dan Wedding Organizer.
3. Menganalisis strategi mediasi konflik yang dilakukan oleh Wedding Organizer.
4. Mengeksplorasi persepsi pasangan terhadap efektivitas komunikasi dan penanganan konflik oleh Wedding Organizer

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi interpersonal, komunikasi lintas budaya, dan komunikasi dalam industri jasa kreatif. Penelitian ini

juga dapat memperkaya kajian komunikasi interpersonal dan manajemen konflik dalam konteks industri kreatif khususnya jasa Wedding Organizer.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Wedding Organizer:

Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya strategi komunikasi yang efektif dan empatik dalam menghadapi pasangan calon pengantin dan keluarga mereka. Selain itu, temuan penelitian ini dapat menjadi panduan praktis dalam menyusun pendekatan komunikasi yang adaptif terhadap kebutuhan dan dinamika generasi kontemporer.

2. Bagi Pasangan Calon Pengantin:

Memberikan pemahaman akan pentingnya komunikasi terbuka dan kolaboratif dengan WO dalam merancang pernikahan yang sesuai dengan harapan mereka.

3. Bagi Industri Pernikahan:

Memberikan referensi dalam pengembangan layanan jasa WO secara profesional berbasis komunikasi yang humanis dan kontekstual.

4. Bagi Akademisi dan Peneliti:

Menjadi referensi awal bagi pengembangan riset lanjutan yang mengkaji peran komunikasi dalam industri pernikahan atau bidang layanan jasa lainnya