

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Akhir tahun 2019, Dunia dilanda dengan Coronavirus Disease-19 (COVID-19) (Coronavirus Disease-19) yang menjadi ancaman bagi Dunia. Virus ini menyebar ke banyak negara didunia, tak terkecuali Indonesia. COVID-19 ini di sebabkan oleh virus SARS-CoV-2 yang menginfeksi saluran pernapasan, baik ringan maupun berat atau pneumonia (WHO, 2020b). COVID-19 menyebar melalui droplet, udara, permukaan yang terkontaminasi dan fecal-oral. Virus ini masuk melalui mata, hidung dan mulut manusia (WHO, 2020a). Sifatnya yang sulit diprediksi menjadikan virus ini sangat cepat menyebar. Banyak kebijakan yang diupayakan oleh pemerintah guna mencegah penyebaran COVID-19 karena sifatnya yang sangat sulit diprediksi dan menyebar dengan sangat cepat. Kebijakan-kebijakan tersebut dirancang sesuai himbauan World Health Organizations (WHO) pada tahun 2020 mengenai hal-hal yang harus dilakukan guna mencegah penyebaran COVID-19 (Susilo, 2010). Adapun kebijakan tersebut adalah melakukan penutupan, pembatasan sosial berskala besar (PSBB) serta new normal. Kebijakan-kebijakan ini diberlakukan oleh pemerintah dengan mempertimbangkan situasi yg terjadi.

PSBB mampu menekan angka penyebaran COVID-19 PSBB juga menciptakan kualitas udara yang lebih baik dan rasa gotong royong antar sesama. Akan tetapi, PSBB memberikan dampak buruk bagi kondisi sosial ekonomi Indonesia (Herdiana, 2019). PSBB menjadi penghambat diberbagai sektor, termasuk pada sektor bisnis yang bergerak pada bidang jasa *Wedding Organizer* (WO), mengingat aturan didalam PSBB adalah tidak mengadakan aktivitas sosial kemasyarakatan yang mengakibatkan berkumpulnya massa pada jumlah besar atau membuat kerumunan, baik di kawasan umum juga pada

lingkungan sendiri dan mengharuskan masyarakat untuk mencuci tangan, menghindari menyentuh wajah, menerapkan etika batuk dan bersin yang baik, menggunakan masker, menjaga jarak yaitu minimal 1 meter (Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

Pandemi COVID-19 tidak hanya menjadi masalah kesehatan tetapi banyak bidang usaha yang terdampak karena situasi ini. Sektor bisnis yang terdampak pandemi COVID-19 salah satunya adalah bisnis *Wedding Organizer*. Virus SARS-CoV-2 yang sangat cepat penyebarannya menjadi masalah yang cukup serius bagi usaha *wedding organizer* karena membuat kekhawatiran kepada calon pengantin dengan alasan kesehatan. Berdasarkan data yang dikutip republika dari banyak acara pernikahan yang ditunda selama tahun 2020 tidak sedikit yang akhirnya dibatalkan karena kekhawatiran klien WO terhadap masalah kesehatan yang diakibatkan oleh pandemi . Hal ini membuat Wedding Organizer banyak kehilangan klien maupun calon kliennya. Selain itu, regulasi yang dibuat oleh pemerintah mengenai pelaksanaan acara pernikahanpun menjadi tantangan tersendiri. Aturan yang berubah-ubah hari demi hari yang dilandasi oleh situasi kasus COVID-19 harian pun menjadi sebuah problema.

Kekhawatiran pemerintah mengenai lonjakan kasus yang di akibatkan oleh kerumunan membuat aturan terus dikaji dan diperbaiki seiring berjalannya waktu. Acara pernikahan yang semula dapat dilaksanakan dengan jumlah tamu 50% dari kapasitas tempat acara pernikahan berubah menjadi 25% dari jumlah kapasitas tempat acara bahkan terdapat aturan hanya boleh ada 30 orang termasuk pengantin dalam satu tempat acara pernikahan. Tidak menutup kemungkinan, kebijakan tersebut muncul beberapa hari sebelum pernikahan berlangsung, padahal acara pernikahan sendiri membutuhkan waktu berminggu-minggu hingga berbulan-bulan dalam persiapan pelaksanaannya. Tak jarang

hal seperti ini membuat calon klien wedding organizer kebingungan dengan dinamika kebijakan pemerintah.

Berdasarkan hal tersebut *Wedding Organizer* harus dapat meyakinkan kliennya dengan analisa COVID-19 dari mulai regulasi untuk penyelenggaraan dan isu kesehatan yang dilakukan untuk meyakinkan kliennya. *Wedding Organizer* merupakan bisnis yang menawarkan jasa dalam persiapan pernikahan dari mulai paket rias, *cathering*, tempat acara pernikahan, hiburan musik dan upacara adat tradisonal, dokumentasi atau *souvenir*. Acara pernikahan di Indonesia sudah jarang dikelola oleh keluarga kedua mempelai, kerumitan pada persiapan acara pernikahan membuat pasangan yang akan melangsungkan pernikahan, mau tidak mau dihadapkan menggunakan dengan berbagai pilihan lain. Bagi mereka yang memiliki waktu sangat terbatas serta aturan mengenai penyelenggaraan acara pernikahan yang rumit, tentunya sebuah *wedding organizer* sangat membantu terselenggaranya acara (Januastri,2020). Bukannya mempermudah klien, tetapi situasi pandemi menimbulkan masalah tersendiri terhadap bisnis usaha *Wedding Organizer* karena banyak calon *klien* yang membatalkan pernikahannya karena pembatasan yang ditetapkan pemerintah.

Pembatasan kegiatan diatur oleh Pemerintah pusat dalam Peraturan Presiden dan Kementrian Kesehatan terkait selama PSBB. seiring berjalannya waktu kebijakan penanganan COVID-19 yang awalnya adalah aturan PSBB dirubah menjadi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Pengambilan kebijakan penanganan COVID-19 berubah, kebijakan yang semula dibuat pemerintah pusat dan ditetapkan untuk seluruh wilayah Indonesia kini dibuat dan disesuaikan dengan keadaan di daerah.

Aturan yang dibuat pemerintah daerah mencakup semua bidang, tanpa terkecuali. Pemerintah Kota Bandung menetapkan kebijakan mengenai penyelenggaraan acara pernikahan selama PPKM melalui Peraturan Wali Kota Bandung Nomor 93 Tahun 2021, sebagai berikut :

1. Dihadiri paling banyak 20 undangan setiap sesi
2. Waktu paling lama untuk setiap sesi adalah 1 jam.
3. Tidak ada makan di tempat

Menerapkan protokol kesehatan secara ketat untuk mencegah penyebaran COVID -19. (prfmnews.pikiran-rakyat.com, 2021)

Peraturan ini tentu menjadi hambatan bagi WO sebagai bidang usaha jasa yang bergerak dalam penyelenggaraan pernikahan. Megrashy Wedding Planner merupakan WO yang sudah berdiri sejak 2010 di kota Bandung. Bergelut dalam bidang usaha jasa pernikahan selama satu dekade lebih membuat banyak pengalaman yang dimiliki. Tetapi, kondisi pandemi COVID-19 nyatanya memberikan dampak yang cukup besar bagi *Wedding Organizer* kenamaan di Kota Bandung ini yang juga salah satu WO direkomendasikan di situs [bridestory.com](http://bridestory.com).

Megrashy yang menjadi salah satu bagian dalam Forum Aspirasi Jasa Pernikahan di Kota Bandung juga sempat membuat simulasi pernikahan dimasa pandemi pada senin, 22 Juni 2020 untuk memaksimalkan protokol kesehatan yang kemudian menjadi SOP pelaksanaan pernikahan. Megrashy Wedding Planner yang menjadi pelaksana teknis acara pernikahan harus dapat memperoleh informasi mengenai kebijakan pemerintah secara *up to date* agar kemudian mampu menjelaskan dan meyakinkan calon klien. Penyampaian pesan mengenai protokol kesehatan dan kebijakan pemerintah perlu disertai dengan strategi komunikasi agar pesan dapat tersampaikan dengan baik.

Megrashy Wedding Planner mempunyai strategi komunikasi untuk menyampaikan kepada pihak yang terlibat dalam acara pernikahan baik klien, keluarga, tamu undangan dan para vendor terkait tentang bahaya COVID-19 dan perkembangan kebijakan pemerintah. Protokol kesehatan yang diterapkan selama kegiatan pernikahan berlangsung juga sangat ketat. Pihak Megrashy Wedding Planner juga tidak pernah bosan menghimbau klien dan tamu undangan untuk menggunakan alat pelindung diri baik berupa face shield atau masker selama berada di area acara dan selama acara berlangsung, menjaga jarak serta secara berkala menggunakan hand sanitizer atau mencuci tangan, selain itu megrashy juga menggunakan media sosialnya untuk memberikan pesan terkait protokol kesehatan.

Strategi komunikasi kesehatan Megrashy Wedding Planner tidak hanya menggunakan media sosial dan media cetak, tetapi menggunakan penyuluhan kepada keluarga dan tamu undangan yang ada, memberikan edukasi tentang protokol kesehatan yang baik dengan himbauan berulang oleh *Master of Ceremony* selama acara pernikahan berlangsung.

Strategi komunikasi dibutuhkan oleh semua bidang usaha karena kinerja suatu lembaga karena sebaik apapun kinerja yang dilakukan sebuah perusahaan bila tidak disertai dengan strategi komunikasi yang baik dan terencana, maka pesan yang akan disampaikan kepada publik tidak akan tersampaikan dengan baik (Putra, 2018). komunikasi yang dilakukan dimasa pandemi tujuannya untuk membangun kepercayaan klien ditengah kekhawatiran untuk melaksanakan pernikahan selama pandemi dan memberikan informasi terkait penyelenggaraan acara pernikahan di masa pandemi.

Disaat banyak klien wedding organizer lain yang mengurungkan niat melangsungkan pernikahan, disisi lain Megrashy Wedding Planner mencatat jumlah klien terbanyak selama 12 tahun berkiprah diusaha jasa pernikahan dengan 98 gelaran pernikahan pada

tahun 2021 dan ini merupakan jumlah yang cukup banyak dibandingkan WO lain yang ada dikota Bandung sehingga penelitian ini difokuskan pada tahun 2021.

Belum adanya penelitian mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh *wedding organizer* di masa pandemi COVID-19 menjadi landasan peneliti untuk melakukan riset ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat implementasikan oleh pihak terkait. dalam membangun kepercayaan publik dengan menggunakan strategi komunikasi. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini penting untuk dilakukan, sehingga peneliti melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Megrashy Wedding Planner Selama Masa Pandemi COVID-19”

## **1.2 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Megrashy Wedding Planner Selama Masa Pandemi COVID-19
2. Untuk mengetahui implementasi Komunikasi Megrashy Wedding Planner Selama Masa Pandemi COVID-19

## **1.3 Pertanyaan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apa strategi komunikasi Megrashy Wedding Planner selama masa pandemi COVID-19?
2. Bagaimana implementasi Strategi Komunikasi Megrashy Wedding Planner selama masa pandemi COVID-19?

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Melalui penelitian ini, Penulis berharap ini dapat dipergunakan dari aspek teoritis maupun praktis, yaitu :

### **1. Kegunaan Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang bermanfaat bagi dunia Perusahaan dan Stakeholders dan bagi pengembangan ilmu kehumasan.
- b. Memberikan bahan referensi dan rujukan bagi peneliti dalam melaksanakan pengembangan penelitian dan pengajaran.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang Hubungan Masyarakat.

### **2. Kegunaan Praktis**

#### **1. Bagi Peneliti dan Pembaca**

Hasil Penelitian ini dapat memberikan pengalaman dalam membuat penelitian yang akan mendatang mengenai fenomena-fenomena yang akan dikaji. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman untuk menerapkan manajemen kehumasan dalam media komunikasi digital berdasarkan etika yang berlaku.

#### **2. Bagi Universitas**

Hasil Penelitian ini dapat memberikan bahan literatur yang dihasilkan dari universitas sebagai penerbit dari penelitian yang diteliti.

#### **3. Bagi Perusahaan**

Membantu perusahaan agar memperoleh manfaat untuk meningkatkan strategi komunikasi yang ada sehingga target dan tujuan perusahaan dapat tercapai.

### 1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tahapan	Waktu Pengerjaan							
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
Menentukan topik, judul dan objek penelitian	■	■						
Proses Penyusunan BAB I		■	■	■	■			
Proses Penyusunan BAB II				■	■			
Proses Penyusunan BAB III					■	■		
Desk Evaluation						■		
Pengumpulan dan pengolahan data						■	■	
Proses Penyusunan BAB IV							■	
Proses Penyusunan BAB V								■
Sidang Skripsi								■

Sumber : Olahan Penulis, 2022