ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer

Authors: Intan Vesselia, Achmad Syarifudin, Muhammad Randicha Hamandia

Journal: Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital - Vol. 1 No. 4 (2024)

Publisher: Indonesian Journal Publisher

Persistent DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i4.3140

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 21 October 2026, 18:59 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Intan Vesselia, Achmad Syarifudin, Muhammad Randicha Hamandia. "Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer". Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, Vol. 1 No. 4 (2024). DOI: 10.47134/jbkd.v1i4.3140

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals

Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital: Volume 1, Number 4, 2024, *Page*: 1-9

Pola Komunikasi Crew Dengan Klien Dalam Pelaksanaan Acara Pernikahan Pada Shakila Wedding Organizer

Intan Vesselia*, Achmad Syarifudin, Muhammad Randicha Hamandia
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Abstrak: Dalam era *modern* saat ini, kehadiran *wedding organizer* telah menjadi solusi bagi calon pengantin dan keluarga dalam merencanakan serta mengawasi jalannya acara pernikahan sesuai jadwal yang telah ditetapkan. *Wedding organizer* hadir sebagai layanan khusus yang membantu membuat persiapan acara pernikahan menjadi lebih praktis, serta menjadi bagian dari industri penyelenggaraan paket pernikahan yang terus berkembang mengikuti kebutuhan pasar. Pemahaman terhadap keinginan dan harapan dari pengguna jasa terhadap kualitas layanan yang diberikan menjadi nilai tambah bagi pemilik bisnis *wedding organizer*.Penelitian ini adalah studi kualitatif yang bertujuan untuk memahami masalah-masalah dalam kehidupan sosial dengan menggunakan pendekatan holistik, kompleks, dan rinci. Pendekatan induktif digunakan untuk menyusun konstruksi teori atau hipotesis melalui pengungkapan fakta, sesuai dengan paradigma kualitatif.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

DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i4.3140
*Correspondence: Intan Vesselia
Email: intanvesselia10@gmail.com

Received: 06-08-2024
Accepted: 08-08-2024
Published: 24-08-2024

Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *Abstract: In today's modern era, the presence of a wedding organizer has become a solution for the bride and groom and their families in planning and supervising the progress of the wedding event according to a predetermined schedule. Wedding organizers exist as a special service that helps make wedding event preparations more practical, and is part of the wedding package organization industry which continues to develop following market needs. Understanding the desires and expectations of service users regarding the quality of services provided is an added value for wedding organizer business owners. This research is a qualitative study which aims to understand problems in social life using a holistic, complex and detailed approach. An inductive approach is used to develop theoretical constructions or hypotheses through revealing facts, in accordance with the qualitative paradigm. The research results show that there is a two-way (circular) communication pattern between crew and clients at Shakila Wedding Organizer. This communication pattern occurs through reciprocal exchange of information between the two parties. At Shakila Wedding Organizer, circular two-way communication occurs between crew and clients, as well as between crew within the team itself. This study provides an in-depth understanding of the dynamics of communication between crew and clients in the context of the wedding industry. The implications of these findings can be used as a guide for business owners and practitioners in improving communication and relationships with clients, as well as providing better services in implementing wedding events.*

Keywords: Wedding Organizer, Communication Patterns, Crew, Clients

Pendahuluan

Pernikahan merupakakan salah satu sarana mencapai kebahagaiaan. Dengan menik ah,akan ada banyak manfaat yang diperoleh antara lain meningkatkan keimanan, memiliki keturunan,memperoleh dukungan sosial,serta memperoleh ketenteraman dan kesejahteraaan (Iqbal, 2018: 1). Pernikahan.Menurut Duvall & Miller mendefinisikan pernikahan sebagai berikut : "*Marriage is a socially recognized relationship between a man and a woman that provides for sexual relation, legitimized childbearing and establishing a division of labour between spouses*"(Lenny et al., 2019: 107). Di dalam pernikahan pasti melibatkan beberapa proses sehingga banyak pasangan calon pengantin (klien) yang menginginkan acara pernikahan dengan berbagai ragam keinginan untuk mendukung suksesnya acara pernikahan mereka (Ambarwati et al., 2018: 18).

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 (Syshiva, 2023: 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 (efmi et al., 2019: 26).

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 diberikan, maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi pengusaha jasa *wedding* (Kristal et al, 2021: 57).

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. *Crew* Pada penelitian ini akan menggunakan indikator penelitian dari Robbins dan Judge,yang menyatakan bahwa kerjasama tim adalah kelompok usaha-usaha

individual yang menghasilkan kinerja lebih tinggi daripada hasil yang didapatkan jika pekerjaan diselesaikan seorang diri (joko, 2021: 136).

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 negative (ugeng et al., 2020: 2). Tjiptono menyatakan kepuasan klien adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan (Miranda, 2020: 22).

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.

Sebagaimana pola komunikasi yang terjadi antara *Crew* dengan klien pada Shakila *Wedding Organizer* maka pola komunikasi yang terjadi adalah Pola Komunikasi Sirkular (dua arah). *Circular Theory* atau Teori sirkular ini dikembangkan oleh Charles E.Osgood dan Wilbur Schramm yang mendefinisikan Pola Komunikasi Sirkular merupakan proses komunikasi yang dilakukan secara terus menerus sehingga terjadi feedback atau umpan balik sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator dan komunikan (akhyar, 2019: 51).

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 Perbedaan harapan dan visi klien yang tidak selalu sesuai dengan apa yang dapat direalisasikan oleh *Crew Wedding Organizer*,adapun komunikasi yang kurang jelas antara crew dengan klien bisa menyebabkan ketidaksepahaman atau miskomunikasi Oleh karena itu,pemahaman mendalam tentang pola komunikasi antara *crew* dan kllien akan membantu meningkatkan kualitas layanan di indsutri ini, Untuk itu agar memahami pola komunikasi yang efektif antara *crew* dan klien, saya tertarik memilih judul "Pola Komunikasi *Crew* Dengan Klien Dalam Pelaksanaa Acara Pernikahan Pada Shakila *Wedding Organizer*".

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 interprestasi yang tepat (wiwin, 2018: 86).

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 (Rukin, 2019: 6). Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian di interpretasikan. Biasanya berhubungan dengan masalah sosial dan manusia yang bersifat interdisipliner, fokus pada multimethod, naturalistik dan interpretatif (dalam pengumpulan data, paradigma, dan interpretasi) (mohajan, 2018: 23).

Penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural setting yang holistis, 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 (albi, 2018: 9).

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 (dian et al., 2020: 11).

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 sumber data atau informasi bisa didapatkan pada objek yang penulis ingin teliti (nazaruddin, 2020: 3).

Hasil dan Pembahasan

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 dua arah (sirkular). Hal ini terjadi karena adanya pertukaran informasi antara dua pihak atau lebih secara timbal balik. Dalam konteks Shakila *Wedding Organizer*, pola komunikasi dua arah yang sirkular dapat terjadi antara crew dan klien, serta antara crew di dalam tim sendiri. Berikut adalah penjelasan tentang pola komunikasi dua arah yang sirkular 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*.

Simpulan

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.

1. 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.

2. 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.

3. 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.

Daftar Pustaka

A. Anggito, & J. Setiawan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (1st ed.). CV Jejak.

A.E. Prayogi, T. Holillah, N. Laia, & Y.N. Faisa. (2021). Analisis gaya kepemimpinan terhadap kinerja team pada Dperfect Planner Wedding Organizer Medan. *Komunika Jurnal Komunikasi, 17*(1).

A.F. Nasution. (2023). *Metode penelitian kualitatif* (1st ed.). CV Harfa Creative.

A.R. Sitinjak. (2018). Pola komunikasi public relation officer dalam mempertahankan citra PT. Lion Air Indonesia Cabang Manado. *Journal Acta Diurna, 1*(1).

A.T. Aulia. (2018). Strategi komunikasi pemasaran Patron Wedding Organizer melalui media sosial Instagram. *Lektur Jurnal Komunikasi, 1*(1).

Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif* (1st ed.). CV Syakir Media Press.

Ali, K. (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), 1*(2).

Ambarwati, A.P., Anindika, I.L., & Mustika. (2018). Pernikahan adat Jawa sebagai salah satu kekuatan budaya Indonesia. *Prosiding Senasbasa, 2*(2).

Anderson, K. (2018). Kualitas pelayanan Amor Wedding and Event Organizer menurut konsumen di Semarang. [Unpublished undergraduate thesis]. Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Anggraini, J. (2020). Potensi bisnis wedding organizer di Kota Medan sebagai salah satu multiplier effect industri MICE di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek, 5*(1).

B.E. Dono. (2021). *Strategi kepala sekolah dalam meningkatkan prestasi siswa*. Guepedia.

D. Hadiani, A.H. 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), 6*(1).

D.D. Pohan, & U.S. Fitria. (2021). Jenis-jenis komunikasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies, 2*(3).

D.I. Cahyani, M.I. Kartasurya, & M.Z. Rahfiludin. (2020). Gerakan masyarakat hidup sehat dalam perspektif implementasi kebijakan (Studi kualitatif). *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia, 15*(1).

E. Maiyana, M. Susanti, & F. Rahayu. (2019). Penyewaan online wedding organizer berbasis web. *Jurnal Sains dan Informatika, 5*(1).

E. Maiyana, M. Susanti, & F. Rahayu. (2019). Penyewaan online wedding organizer berbasis web. *Jurnal Sains dan Informatika Research of Science and Informatic, 5*(1).

Ekawati, A. (2020). Pola pelaksanaan bimbingan klien pemasyarakatan selama menjalankan program integrasi untuk tidak melakukan tindak pidana: Studi di Balai Pemasyarakatan Kelas I Bandung. *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Pembelajaran, 2*(1).

F. Norhabiba, & S.A.R. Putri. (2018). Hubungan intensitas akses media baru dan kualitas interaksi lingkungan sekitar pada mahasiswa Untag Surabaya. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7*(1).

F.R. Fiantika. (2022). *Metodology penelitian kualitatif* (1st ed.). PT Global Eksekutif Teknologi.

Hardani. (2020). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif* (1st ed.). CV Pustaka Ilmu Group.

Haryokao, S., Bahartiar, & F. Arwadi. (2020). *Analisis data penelitian kualitatif* (1st ed.). Mahbassar Badan Penertat Universitas Makassar.

I.A. 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, 3*(4).

Iqbal, M. (2018). *Psikologi pernikahan* (1st ed.). Gema Insani.

J. Setyawan, E. Rusdianti, & H. Widhiastuti. (2021). Pengaruh kepuasan, kompensasi, dan kerjasama tim terhadap kinerja karyawan di mediasi keterlibatan karyawan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 14*(2).

L. Kendhawati & F.D. Purba. (2019). Hubungan kualitas pernikahan dengan kebahagiaan dan kepuasan hidup pribadi: Studi pada individu dengan usia pernikahan dibawah lima tahun di Bandung. *Jurnal Psikologi, 18*(1).

M. Majduddin, & M. Muizzuddin. (2019). Tinjauan hukum Islam mengenai larangan walimah al 'Ursh selain musim panen menurut adat Desa Sidokumpul Sambeng Lamongan. *Miyah: Jurnal Studi Islam, 15*(2).

M.A. Equatora, & L. Manting. (2021). *Teknik pengumpulan data klien* (1st ed.). Bitread Publishing.

M.A. Hasibuan. (2019). Komunikasi sirkular (Circular Theory). *Jurnal Network Media, 2*(1).

M.A. Hasibuan. (2019). Komunikasi sirkular (Circular Theory). *Jurnal Network Media, 2*(1).

M.H. Cinthiya. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan klien pada jasa makeup pengantin di Desa Pekarungan Sidoarjo. *e-Jurnal, 9*(4).

Mohajan, H. (2018). Qualitative research methodology in social sciences and related subjects. *Journal of Economic Development, Environment and People, 7*(1).

N. Yusuf, R. Lahati, A. Vindri M., & F. Hasan. (2022). Perubahan kebiasaan pesta pernikahan pada masyarakat Bolaang Mongondow. *Al-Mizan, 18*(2).

N.A. Basyah, A. Razak, & Zulfadhli. (2020). Metode kualitatif dalam riset bisnis: Satu tinjauan. *Economica Didactica, 2*(2).

N.F. Rahmawati, & M.T. Abadi. (2023). Analisis studi kelayakan bisnis wedding organizer (Studi kasus pada "Rahma Wedding Organizer" di Kabupaten Pekalongan). *BISMA: Business and Management Journal, 1*(4).

P. Lestari, & Sugiyono. (2021). *Metode penelitian komunikasi* (1st ed.). Alfabeta.

P.M. Purnama. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya pada loyalitas konsumen wedding organizer di Kota Prabumulih. *Jurnal Ilmu Manajemen, 7*(2).

Putri Sahroma K.S., & M. Anasrullah. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pengguna jasa pada Nadzira Wedding Organizer Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Kewirausahaan, 1*(2).

Rukin. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif* (1st ed.). Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

S.A. Pucy. (2023). Strategi komunikasi pemasaran Katajie Wedding Organizer dalam menarik minat konsumen di Kota Bandung. [Unpublished undergraduate thesis]. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan, Bandung.

U.B. Haryoko, V.L.D. Pasaribu, & Ardiyansyah. (2020). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2*(1).

W. Florentina, & I. Ikhwan. (2021). Perubahan dalam penyelenggaraan pesta pernikahan. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 5*(2).

Yosanto, Y. (2019). Ragam pendekatan penelitian kualitatif. *Journal of Scientific Communication, 1*(1).

Yuliani, W. (2018). Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. *Ouanta, 2*(2).