

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Manusia tanpa berkomunikasi tidak akan berjalan dengan baik. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia agar saling berinteraksi. Pesan-pesan tersebut disampaikan melalui perilaku manusia.

Ketika melambaikan tangan, tersenyum, tertawa, menganggukan kepala ataupun memberikan suatu isyarat, itu termasuk ke dalam perilaku manusia. Terkadang manusia melakukan hal tersebut untuk memberikan pesan-pesan untuk mengkomunikasikan kepada seseorang. Namun tidak banyak orang mengetahui maksud dari perilaku manusia tersebut, oleh karena itu komunikasi akan lengkap bila si penerima pesan dapat menerima dan mengetahui perilaku apa yang dimaksud olehnya.

Budaya berkenaan dengan cara hidup manusia, budaya mempengaruhi komunikasi dan sebaliknya komunikasi mempengaruhi budaya. Manusia belajar mempercayai dan mengusahakan apa yang patut dalam budayanya. Bahasanya, kebiasaannya, komunikasinya, tindakan-tindakannya, hingga adat istiadatnya.

Salah satunya mengenai upacara pernikahan adat Sunda. Pernikahan dipandang dari sudut kebudayaan merupakan pengatur kelakuan manusia yang bersangkutan paut dengan kehidupan seks dalam masyarakat bahwa seorang laki-laki tidak dapat berhubungan intim dengan sembarang wanita tetapi hanya satu wanita yakni istrinya dalam bermasyarakat. Selain sebagai pengatur kelakuan seks pernikahan mempunyai fungsi lain dalam kehidupan masyarakat dan kebudayaan. Pernikahan juga pastinya merupakan salah satu impian bagi setiap pasangan. Tidak dipungkiri, pernikahan merupakan momen penting dalam kehidupan setiap manusia.

Dalam pernikahan adat Sunda istilah dan benda yang digunakan memiliki dimensi historis tersendiri. Oleh karena itu, makna-makna yang terkandung didalamnya dapat dikatakan sebagai pencerminan dari jati diri masyarakat Sunda. Dengan demikian, demi melestarikan nilai budaya, masyarakat Sunda haruslah menghayati dan memahami nilai budaya yang terdapat dalam serangkaian upacara adat.

Upacara pernikahan adat Sunda memiliki serangkaian prosesi, namun dengan seiring berjalannya waktu serangkaian prosesi lebih disederhanakan, sebagai berikut akibat percampuran dengan ketentuan syariat Islam dan nilai-nilai “kepraktisan” dimana calon pengantin ingin lebih sederhana dan tidak bertele-tele, diantaranya adalah *ngalamar*, *siraman*, *sawer*, *huap lingkungan*, *pabetot bakakak*, *meuleum harupat*, *nincak endog*. Ini merupakan serangkaian upacara adat yang dikemas secara

sederhana namun tetap bisa melaksanakan serangkaian upacara adat dengan tidak menghilangkan nilai budaya yang ada di dalamnya.

Hal ini yang menjadikan *wedding organizer* atau lebih dikenal dengan singkatan WO sekarang ini adalah bisnis yang menjadi tren untuk acara pernikahan. Salah satunya adalah perusahaan *wedding organizer* Istana Pengantin yang mengembangkan pengelolaan dan perencanaan pernikahan di Bandung. Dimana calon pengantin yang ingin acara pernikahannya di bantu oleh jasa *wedding organizer* agar dapat menefesiensikan waktu agar lebih mudah dan cepat.

Wedding organizer Istana Pengantin ini memberikan pelayanan jasa untuk menjadikan acara pernikahan yang terkonsep sehingga acara dapat berjalan sesuai dengan apa yang di inginkan oleh klienya. Dimulai dari mengelola *event* pernikahan, dari akad nikah, upacara adat, pelaminan, catering, rias pengantin, sampai dokumentasi dan lain-lain. Dengan adanya WO ini dapat membuat suatu acara pernikahan berjalan dengan lancar sehingga mampu membuat kenangan yang indah bagi pasangan pengantin.

Salah satu peran *public relations* eksternal di WO Istana Pengantin adalah menangani klien dengan baik agar tercipta acara pernikahan yang terbaik. Selain itu *public relations* di WO Istana Pengantin juga memiliki peran untuk menyampaikan kegiatan komunikasi dalam upacara adat Sunda kepada khalayak agar mudah

dimengerti dan menjadi salah satu daya tarik khalayak untuk menggunakan jasa WO ini.

Di dalam pekerjaan seorang *public relations* di *wedding organizer*, pasti memiliki klien yang akan berbeda-beda konsep pernikahan yang di inginkan. Mulai dari konsep modern hingga dengan konsep kebudayaan dan upacara adatnya. Namun tidak sedikit klien yang masih menggunakan serangkaian prosesi upacara adat, yaitu prosesi pernikahan upacara adat Sunda yang memiliki makna dan simbol sebagai bagian dari kebudayaan Sunda itu sendiri.

Penelitian ini diambil karena adat dan upacara pernikahan akan tetap ada di dalam suatu masyarakat berbudaya. Walaupun dalam batasan waktu dan ruang akan mengalami perubahan-perubahan namun akan terus menjadi unsur budaya yang dihayati dari masa ke masa. Karena upacara pernikahan adat Sunda mengatur dan mengukuhkan suatu bentuk hubungan yang sangat erat antar manusia yang berlainan jenis.

Judul dalam penelitian ini mengangkat sebuah kegiatan komunikasi dalam upacara pernikahan adat Sunda. Pernikahan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi manusia dalam kehidupan yang dilaksanakan dalam suatu upacara yang terhormat serta mengandung unsur sakral didalamnya. Upacara pernikahan adat Sunda tersebut sudah sejak lama menjadi tata cara dan adat yang dilakukan turun

temurun khususnya masyarakat adat Sunda yang masih melekatkan diri dengan tradisi leluhur.

1.1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian, maka peneliti membatasi perumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Kegiatan Komunikasi Dalam Upacara Pernikahan Adat Sunda?” (Studi Deskriptif Kualitatif *External Public Relations* di *Wedding Organizer* Istana Pengantin Bandung).

1.1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian, maka pertanyaan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses kegiatan komunikasi dalam Upacara Pernikahan Adat Sunda?
2. Bagaimana cara kegiatan komunikasi dalam Upacara Pernikahan Adat Sunda?
3. Bagaimana pelaksanaan kegiatan komunikasi dalam Upacara Pernikahan Adat Sunda?

1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud diadakan penelitian ini, yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui Kegiatan Komunikasi Dalam Upacara Pernikahan Adat Sunda.

1.1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakan penelitian ini, yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian-penelitian yang di paparkan sebelumnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui proses kegiatan komunikasi dalam Upacara Pernikahan Adat Sunda.
2. Untuk mengetahui cara kegiatan komunikasi dalam Upacara Pernikahan Adat Sunda.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan komunikasi dalam Upacara Pernikahan Adat Sunda.

1.1.4 Jenis Studi

Menurut Creswell (dalam Ardianto, 2010:60) metode deskriptif-kualitatif, yaitu :

1. Pengetahuan bersifat konjektural dan tidak berlandaskan apapun.

2. Penelitian merupakan proses membuat klaim-klaim, kemudian menyaring sebagian klaim tersebut menjadi klaim-klaim lain yang kebenarannya jauh lebih kuat.
3. Pengetahuan dibentuk oleh data, bukti dan pertimbangan logis.
4. Penelitian harus mampu mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar, pernyataan yang dapat menjelaskan situasi yang sebenarnya atau mendeskripsikan relasi kausalitas dari persoalan.
5. Aspek terpenting dalam penelitian adalah sikap objektif.

1.1.5 Manfaat Penelitian

1.1.5.1 Manfaat Filosofis

Manfaat penelitian secara filosofis yaitu diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran-pemikiran terhadap ilmu komunikasi serta dapat mengembangkan ilmu yang didapat selama menempuh perkuliahan di Universitas Langlangbuana Bandung, khususnya konsentrasi di bidang Hubungan Masyarakat (*Public Relations*).

1.1.5.2 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna dan dapat juga digunakan sebagai bahan literatur untuk Ilmu Komunikasi terutama yang berkaitan dengan kegiatan komunikasi, dengan menggunakan metode studi deskriptif kualitatif.

1.1.5.3 Manfaat Praktis

Manfaat dari peneliti ini secara praktis dapat memberikan informasi mengenai kegiatan komunikasi dalam upacara pernikahan adat Sunda dan dapat memberikan pengetahuan serta menjadi bahan rekomendasi bagi mahasiswa-mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama.

1.2 Kajian Literatur

1.2.1 Review Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan referensi penelitian yang dipergunakan oleh peneliti untuk menjadi bahan acuan di dalam penyusunan skripsi, berikut ini tabel penelitian terdahulu:

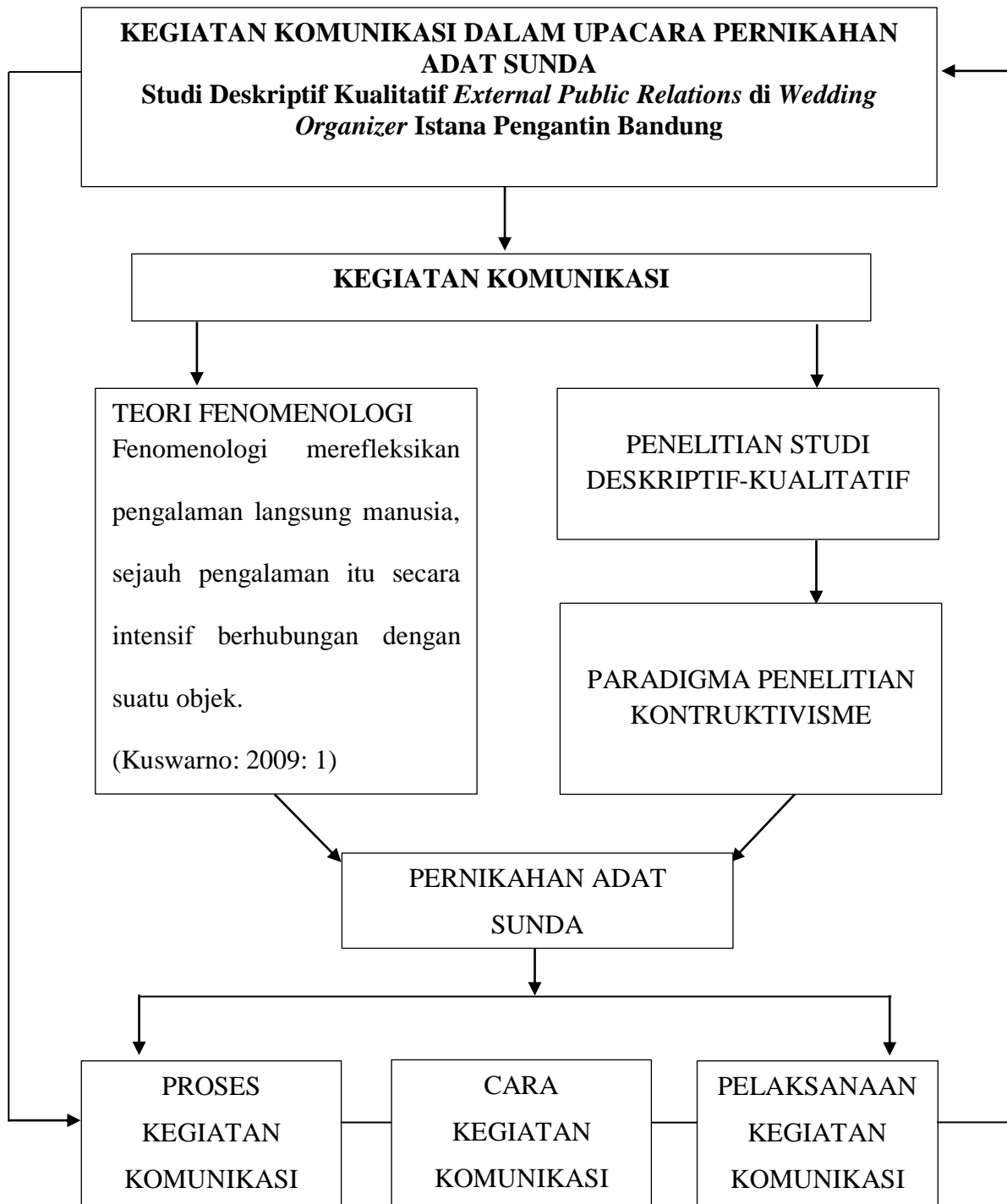
Tabel 1.1 Matriks Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Sumber	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Herawati Wagab, 2014, Jurusan Jurnalistik Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial, Universitas Langlangbua na Bandung	Skripsi: Kegiatan Komunikasi Ritual Pada Upacara Adat Pemakaman	Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi di Suku Fakfak Papua Barat yang beragama Islam	Persepsi masyarakat tentang Ritual Pada Upacara Adat Pemakaman pada Suku Fakfak, Makna kematian pada Suku Fakfak, Makna Ritual upacara Adat Pemakaman pada suku Fakfak.
2	Putri Nadira Yosman, 2014, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial, Universitas Langlangbua na Bandung	Skripsi: Komunikasi Ritual Pada Masa Kelahiran Anak	Penelitian ini menggunakan studi Etnografi Komunikasi Tentang Masyarakat Sunda di Kota Bandung	Peristiwa komunikasi ritual budaya Sunda pada masa kelahiran anak, Prosesi komunikasi ritual budaya Sunda pada masa kelahiran anak, Makna komunikasi ritual budaya Sunda pada masa kelahiran anak, Sistem kepercayaan budaya Sunda pada masa kelahiran anak.
3	Aep Saepudin, 2010, Jurusan Aqidah Filsafat Fakultas Ushuluddin, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Skripsi: Makna Filosofis Tembang Sawyer Dalam Upacara Perkawinan Adat Sunda	Penelitian ini menggunakan metode hermenutika. Peneliti bertujuan untuk mencoba mengintrepretasi kan makna filosofis tembang sawer dalam upacara	Fungsi Sawyer dalam Upacara Perkawinan Adat Sunda, Dimensi-dimensi filosofis yang terkandung dalam tembang sawer pada Upacara Perkawinan Adat Sunda.

No	Nama Peneliti	Sumber	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
			perkawinan adat sunda yang dipandang mengantung nilai-nilai filosofis bagi umat manusia.	
4	Ratu Aulia Pertiwi, 2014 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia	Skripsi: Aktivitas Komunikasi Dalam Tradisi Nyawer Pada Proses Pernikahan Adat Sunda Di Kota Bandung	Penelitian ini menggunakan studi Etnografi Komunikasi Mengenai Aktivitas Komunikasi Dalam Tradisi Nyawer Pada Proses Pernikahan Adat Sunda Di Kota Bandung	Situasi Komunikatif dalam tradisi nyawer pada proses pernikahan adat sunda, Peristiwa Komunikatif dalam tradisi Nyawer pada proses pernikahan adat sunda, Tindakan komunikatif dalam tradisi nyawer pada proses pernikahan adat sunda.
5	Suryana, 2008, Jurusan Sejarah dan Kebudayaan Islam Fakultas Adab, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Skripsi: Upacara Adat Perkawinan Palembang	Penelitian ini menggunakan Analisis Makna Simbol Untuk Memahami Kehidupan Orang Palembang	Tata cara pelaksanaan upacara adat perkawinan dalam masyarakat Palembang, Makna simbol dan nilai-nilai islam yang terkandung dalam upacara adat perkawinan masyarakat Palembang.

1.2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1
Skema Kerangka Pemikiran



1.2.3 Landasan Teoritis

1.2.3.1 Teori Fenomenologi

Menurut Engkus Kuswarno bahwa fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomai* yang berarti menampak. *Phanomenon* merujuk pada yang menampak. Fenomena tiada lain adalah fakta yang di sadari, dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Jadi suatu objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomena bukanlah dirinya seperti tampak secara kasat mata, melainkan justru ada di depan kesadaran, dan disajikan dengan kesadaran pula. Berkaitan dengan hal ini maka fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek. (Kuswarno: 2009: 1)

Fenomenologi adalah pendekatan yang beranggapan bahwa fenomena bukanlah realitas yang berdiri sendiri. Fenomena yang nampak merupakan obyek yang penuh dengan makna yang transendental. Fenomenologi tidak berusaha untuk mencari pendapat benar dan salah, tetapi untuk mereduksi kesadaran manusia dalam memahami fenomena yang tampak dihadapannya. Fenomenologi pada perkembangannya melahirkan teori kontruksi realitas secara sosial yang banyak mengangkat kaitan antara bahasa dan kebudayaan.

Tradisi fenomenologi memfokuskan perhatiannya terhadap pengalaman sadar seorang individu. Terori komunikasi yang masuk dalam tradisi fenomenologi berpandangan bahwa manusia secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka,

sehingga mereka dapat memahami lingkungannya melalui pengalaman personal dan langsung dengan lingkungan.

Berikut ini adalah sifat-sifat dasar dari penelitian kualitatif yang diuraikan secara relevan untuk menggambarkan posisi metodologis fenomenologis dan membedakannya dari penelitian kuantitatif :

- a. Menggali nilai-nilai dalam pengalaman dan kehidupan manusia.
- b. Fokus penelitian adalah pada keseluruhannya, bukan pada per bagian yang membentuk keseluruhan itu.
- c. Tujuan penelitian adalah menemukan makna dan hakikat dari pengalaman, bukan sekedar mencari penjelasan atau mencari ukuran-ukuran dari realitas.
- d. Memperoleh gambaran kehidupan dari sudut pandang orang pertama, melalui wawancara formal dan informal.
- e. Pertanyaan yang dibuat merefleksikan kepentingan, keterlibatan, dan komitmen pribadi dari peneliti.
- f. Melihat pengalaman dan perilaku sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, baik itu kesatuan antara subjek dan objek, maupun bagian dan keseluruhannya. (Kuswarno, 2009: 36)

1.2.3.2 Teori Interaksi Simbolik

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Karena ide ini dapat diinterpretasikan secara luas, akan dijelaskan secara detail tema tema teori ini dan, dalam prosesnya, dijelaskan pula kerangka asumsi teori ini. George Herbert Mead (West dan Turner, 2008: 98) telah mempelajari teori interaksi simbolik yang berhubungan dengan asumsi-asumsi yang memperlihatkan tiga tema besar, yaitu:

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia
2. Pentingnya konsep mengenai diri
3. Hubungan antara individu dengan masyarakat

Teori interaksi simbolik berpegang bahwa individu membentuk makna melalui proses komunikasi karena makna tidak bersifat intrinsik terhadap apapun. Dibutuhkan konstruksi interpretif di antara orang-orang untuk menciptakan makna. Bahkan tujuan dari interaksi, menurut interaksi simbolik, adalah untuk menciptakan makna yang sama. Hal ini penting karena tanpa makna yang sama berkomunikasi akan menjadi sulit, atau bahkan tidak mungkin. Coba seseorang bayangkan berbicara dengan seorang teman jika seseorang harus menjelaskan semua makna idiosinkratik yang seseorang miliki untuk setiap kata yang seseorang gunakan, dan teman seseorang harus melakukan hal yang serupa.

Herbert Blumer mengemukakan bahwa di dalam mendiskusikan suatu interaksi simbolik dibutuhkan asumsi-asumsi. Asumsi-asumsi ini adalah sebagai berikut :

1. Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain pada mereka
2. Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia
3. Makna dimodifikasi melalui proses interpretif. (West dan Turner, 2008: 99)

Perkembangan secara interdisiplin, interaksi simbolik mengalami perubahan dari cara individu, kelompok, dan masyarakat dianalisis. Para ahli teori interaksi sosial

mengasumsikan bahwa orang-orang berkomunikasi melalui masyarakat yang menciptakan dan menggunakan simbol-simbol, termasuk bahasa. Orang-orang mengasumsikan peran-peran berdasarkan simbol-simbol yang ditafsirkan ke dalam kelompok mereka dan interaksi melalui peran. Melalui peran ini, orang-orang melahirkan ide-ide dan pikiran melalui interaksi, bentuk-bentuk masyarakat. Teori ini berdasarkan pada tiga premis yaitu:

1. Orang-orang bertindak menghadapi sesuatu berdasarkan pemaknaan yang mereka miliki.
2. Pemaknaan tentang sesuatu diperoleh dari atau tidak muncul, interaksi sosial.
3. Pemaknaan dinegosiasikan melalui proses interpretatif. (Ardianto, 2011: 158)

Asumsi teori ini adalah orang-orang memiliki cara tertentu dalam melakukan pemaknaan, interpretatif (penafsiran), tindakan-tindakan. *Mind* (pikiran), *self* (diri sendiri), dan *society* (masyarakat) bekerja sama memengaruhi bagaimana orang-orang melakukan pemaknaan. Pondasi secara historis dalam ilmu-ilmu sosial, teori interaksionisme simbolik memiliki tiga asumsi tentang proses komunikasi.

Teori ini mengasumsikan komunikasi berlangsung ketika orang-orang berbagi makna dalam bentuk simbol-simbol, seperti kata-kata atau gambar. Para interaksionis sosial atau yang melakukan penelitian teori interaksionis sosial atau yang melakukan penelitian teori interaksionisme memperoleh pengetahuan bahwa orang-orang dibentuk melalui komunikasi.

1.2.4 Landasan Konseptual

1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Komunikasi

Istilah komunikasi atau bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, sama di sini maksudnya adalah makna. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada persamaan makna mengenai apa yang dicakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang diwariskan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang di gunakan, juga mengerti makna dari bahasa yang dipercakapkan. Akan tetapi, pengertian komunikasi yang di paparkan di atas sifatnya dasarnya, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain. (Mulyana, 2007: 22)

Proses komunikasi dewasa ini telah berkembang sangat pesat. Pada hakikatnya, proses komunikasi adalah penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) dengan tujuan mendapatkan saling pengertian satu dan yang lainnya. Komunikasi adalah proses penyampaian

suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku.

Untuk mengetahui dengan jelas tentang komunikasi, maka dari itu kita terlebih dahulu harus memahami tentang pengertian komunikasi itu sebagai berikut: “Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku”. (Effendy, 2003: 60).

Komunikasi adalah bentuk nyata kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, tiap individu dapat mengenal satu sama lain dan dapat saling mengungkapkan perasaan serta keinginannya melalui komunikasi. Setelah dapat menanamkan pengertian dalam komunikasi, maka usaha untuk membentuk dan mengubah sikap dapat dilakukan, akhirnya melakukan tindakan nyata adalah harapannya. Ketika berkomunikasi tidak hanya memikirkan misi untuk mengubah sikap seseorang, namun sisi psikologis dan situasi yang mendukung ketika itu juga harus diperhatikan. Apabila salah dalam memberikan persepsi awal dari stimuli, maka komunikasi akan kurang bermakna. Begitulah manusia, keunikannya memang menjadi pertimbangan dalam setiap keputusan begitu juga dalam berkomunikasi. Berkomunikasi tentunya

untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana berhubungan baik dengan orang lain.

Berdasarkan definisi Harold Laswell terdapat lima unsur penting dalam komunikasi dan saling bergantung satu sama lainnya, yaitu :

1. Komunikator, atau narasumber merupakan individu atau kelompok yang memiliki dan mengirimkan informasi, pesan ataupun berita kepada komunikan.
2. Pesan, merupakan informasi atau berita yang dimiliki dan disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.
3. Media, atau saluran merupakan alat perantara penghubung pesan dari komunikator kepada komunikan. Media ini sendiri terdiri dari beberapa jenis media. Sedangkan, media dasar komunikasi manusia adalah cahaya dan suara.
4. Komunikan, merupakan individu, kelompok atau massa yang menerima pesan dari komunikator.
5. Efek, merupakan *feedback* dan hasil dari proses komunikasi. Efek ini biasanya ditimbulkan oleh sikap, minat dan perilaku komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. (Mulyana, 2007: 4)

Manusia diciptakan untuk berkomunikasi dengan Tuhan, sesama manusia, binatang, alam dan juga dengan diri sendiri. Setiap orang pasti mengirimkan informasi tertentu yang akan ditangkap oleh orang lain.

Menurut Harold D. Laswell, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Paradigma Laswell menyatakan: *who, says what, in which channel, to whom with,*

what effect (siapa, mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa) hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 unsur yaitu :

1. Komunikator, yaitu orang yang menyampaikan pesan.
2. Pesan (*message*), yaitu pernyataan yang didukung oleh lambang, ide, opini, informasi dan lain sebagainya.
3. Komunikan (*communicant, audience*), yaitu orang yang menerima pesan.
4. Saluran (*media, channel*), yaitu alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan.
5. Efek (*effect*) yaitu efek atau pengaruh kegiatan komunikasi yang dilakukan komunikator kepada komunikan. (Effendy, 2000: 6)

Unsur-unsur lain menurut *Lasswell* yang sering ditambahkan adalah, umpan balik (*feed back*), gangguan/kendala komunikasi (*noise*), macam - macam *feedback*, yaitu terdiri dari:

1. *Zero feedback* adalah pesan yang tidak dimengerti oleh komunikan.
2. *Positive feedback* adalah pesan yang dimengerti oleh komunikan.
3. *Netral feedback* adalah pesan yang tidak mendukung ataupun menentang.
4. *Negative feedback* adalah respon yang bersifat merugikan atau menyudutkan komunikator/sumber. (Mulyana, 2010: 71)

Dari sini terdapat tiga hal penting yang perlu diperhatikan dalam komunikasi yaitu komunikasi, melibatkan orang. Oleh karena itu, pemahaman komunikasi mencakup upaya memahami tentang orang berhubungan antara satu sama lain. Komunikasi melibatkan pembagian pengertian yang sama. Artinya, agar orang dapat berkomunikasi mereka harus sepakat tentang definisi dari istilah yang digunakan.

Komunikasi bersifat simbolik: gerak isyarat, bunyi, huruf, angka, dan kata-kata hanya dapat mewakili atau mengira-ngirakan gagasan yang akan mereka komunikasikan.

1.2.4.2 Tinjauan Umum Tentang Upacara Pernikahan Adat Sunda

Budaya Sunda dikenal dengan budaya yang sangat menjunjung tinggi sopan santun. Pada umumnya karakter masyarakat sunda ramah tamah (*someah*). Murah senyum lemah lembut dan sangat menghormati orang tua. Itulah cermin budaya dan kultur masyarakat sunda. Di dalam bahasa Sunda diajarkan bagaimana menggunakan bahasa halus untuk orangtua. Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi.

Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Bahasa, sebagaimana juga budaya, merupakan bagian tak terpisahkan dari diri manusia sehingga banyak orang cenderung menganggapnya diwariskan secara genetik. Ketika seseorang berusaha berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda budaya dan menyesuaikan perbedaan-perbedaannya membuktikan bahwa budaya itu dipelajari.

Salah satunya mengenai pernikahan adat Sunda yang saat ini lebih disederhanakan, sebagai berikut akibat percampuran dengan ketentuan syariat islam dan nilai-nilai “kepraktisan” dimana calon pengantin ingin lebih sederhana dan tidak

bertele-tele. Adat yang biasanya dilakukan meliputi: *ngalamar dan siraman* (pra-nikah) dan di hari pelaksanaannya terdapat prosesi *sawer, huap lingkung, pabetot bakakak, meuleum harupat, nincak endog*.

Adat istiadat adalah segala aturan, ketentuan, tindakan, dan sebagainya yang menjadi kebiasaan secara turun temurun. Adat istiadat upacara pernikahan Sunda lebih ke dalam sikap dan perilaku sehari-hari yaitu sopan santun dan ramah.

1.2.4.3 Tinjauan Umum Tentang *Public Relations*

Istilah *Public Relations* sering diartikan menjadi “Hubungan Masyarakat (Humas)”. Sebenarnya penggunaan istilah Hubungan Masyarakat ini tidak tepat. Arti kata “*public*” dalam *public relations* berbeda dengan kata “masyarakat” dalam hubungan masyarakat. Istilah masyarakat terlalu luas, sedangkan *public* (publik) hanyalah bagiandari masyarakat yang luas itu. Publik merupakan sekumpulan orang atau kelompok dalam masyarakat yang memiliki kepentingan atau perhatian yang sama terhadap sesuatu hal. Kepentingan yang sama itulah yang mengikat anggota publik satu sama lainnya. (Kriyantono, 2012: 3)

Publik biasanya mempunyai kepentingan atau perhatian yang sama terhadap suatu isu atau objek tertentu. Kepentingan atau perhatian ini yang mengikat anggota publik secara emosional. Publik adalah sasaran kegiatan *public relations*. Publik berbeda-beda menurut jenis organisasi atau perusahaannya. Publik sebuah hotel tentu

berbeda dengan publik perusahaan jasa transportasi. Namun secara umum publik dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu publik internal dan publik eksternal. Publik internal adalah publik yang berada dalam organisasi tempat publik *relations* bekerja, misalnya karyawan dan keluarganya maupun pihak manajemen (*CEO*, direksi, manajer, dan *stockholder*). Sedangkan publik eksternal antara lain konsumen atau pelanggan, komunitas, kelompok-kelompok masyarakat (kelompok penekan atau *pressure group*, lembaga swadaya masyarakat), pemerintah, bank, pemasok, media massa dan sebagainya. Kegiatan *public relations* yang sasarannya publik internal disebut *internal relations* sedangkan untuk publik eksternal disebut *external relations*. (Kriyantono, 2012: 4)

Adapun beberapa pengertian *public relations* menurut para ahli, diantaranya :

1. John E. Marston

“Public relations is planned, persuasive communications designed to influence significant public”

Public relations adalah kegiatan komunikasi persuasif dan terencana yang didesain untuk memengaruhi publik yang signifikan.

2. Frank Jefkins

“Public relations is a system of communication to create a good will”

Public relations adalah sebuah sistem komunikasi untuk menciptakan niat baik.

3. Tony Greener

“Public relations adalah presentasi positif suatu organisasi kepada keseluruhan publiknya”

4. The First World Forum of Public Relations

“Public relations adalah seni dan ilmu pengetahuan mengenai proses menganalisis trend, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, memberikan

konseling kepada pimpinan organisasi, dan mengimplementasikan program yang terencana yang akan melayani kepentingan organisasi dan publik”

5. Cutlip, Center & Broom

“*Public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publiknya yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.”

6. Grunig & Hunt

“*Public relations* adalah manajemen komunikasi antara organisasi dengan publiknya” (Kriyantono, 2012: 5)

Secara garis besar fungsi *public relations* adalah memelihara komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya, melayani kepentingan publik dengan baik, dan memelihara perilaku dan moralitas perusahaan dengan baik. Secara sederhana pekerjaan yang biasa dilakukan *public relations* dapat disingkat menjadi PENCILS, yaitu:

- a. *Publications & Publicity*, yaitu mengenalkan perusahaan kepada publik. Misalnya membuat tulisan yang disebarakan ke media, *newsletter*, artikel, dan lainnya.
- b. *Event*, mengorganisasikan *event* atau kegiatan sebagai upaya membentuk citra.
- c. *News*, pekerjaan seorang *public relations* adalah menghasilkan produk-produk tulisan yang sifatnya menyebarkan informasi kepada publik, seperti *press release*, *newsletter*, berita, dan lain-lain. Karena itu, dituntut menguasai teknik-teknik menulis (*public relations writing*).

- d. *Community Involvement, public relations* mesti membuat program-program yang ditunjukkan untuk menciptakan keterlibatan komunitas atau masyarakat sekitarnya.
 - e. *Identity-Media*, merupakan pekerjaan *public relations* dalam membina hubungan dengan media (pers). Sangat penting untuk memperoleh publisitas media. Media adalah mitra kerja abadi *public relations*.
 - f. *Lobbying, public relations* sering melakukan upaya persuasi dan negosiasi dengan berbagai pihak. Keahlian ini tampak dibutuhkan misalnya, pada saat terjadi krisis manajemen untuk mencapai kata sepakat di antara pihak yang terkait.
 - g. *Social Investment*, pekerjaan *public relations* untuk membuat program-program yang bermanfaat bagi kepentingan dan kesejahteraan sosial.
- (Kriyantono, 2012: 23)

1.2.4.4 Tinjauan Umum Tentang Peran Public Relations

Menurut Onong Uchjana Effendy, peran utama *Public Relations* pada intinya adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai *Communicator* atau penghubung antara orang atau lembaga yang diwakilinya dengan publiknya : Prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik (*Two – Way Refficreciprocal Communications*). Dalam hal ini, disatu pihak melakukan fungsi komunikasi merupakan bentuk penyebaran informasi,

dilain pihak komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan opini (*Public Opinion*).

- b. Membina *Relationship*, yang berupa membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publik sebagai target sarannya, baik *internal* maupun *external* publik: Khususnya dalam menciptakan saling mempercayai (*Mutually Understanding*), dengan saling memperoleh manfaat bersama (*Mutually Simbiosis*), antara lembaga atau organisasi perusahaan dan publiknya.
- c. Peranan *Back-up Management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen orang atau perusahaan: Dijelaskan bahwa *Public Relations* melekat pada fungsi manajemen, berarti ia tidak dapat dipisahkan dari manajemen. Proses tersebut dalam teorinya melalui tahapan yang dikenal dengan “POAC”, yaitu *Planning* (perencanaan), *Organizing* (perorganisasian), *Actuating* (penggiatan), dan *Controlling* (pengawasan).
- d. Membentuk *Coorporate Image*, artinya peranan *Public Relations* berupaya menciptakan citra diri bagi instansi atau lembaganya. Menciptakan citra perusahaan merupakan tujuan (*goals*) akhir dari suatu aktifitas program kerja *public relations campaign* (kampanye *public relations*), baik untuk keperluan publikasi maupun promosi. (Roeslan, 2008: 9)

Tujuan utama *Public Relations* adalah untuk mempengaruhi publiknya, antara lain sejauh mana mereka mengenal dan mengetahui kegiatan lembaga atau instansi yang diwakilinya, yang ada akhirnya menjadi dikenal dan disukai publikasinya. Dalam hal ini untuk mencapai tujuannya, seorang *Public Relations* harus mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini publik yang *favourable* atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik. Kegiatan *Public Relations* harus di kerahkan ke dalam (*Internal Public Relations*) dan ke luar (*External Public Relations*).

Secara umum tujuan *Public Relations* itu adalah untuk menciptakan, memelihara, meningkatkan dan memperbaiki citra perusahaan atau organisasi dimata publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi dari pada publik yang bersangkutan.

Menurut Rosady Ruslan, tujuan *Public Relations* adalah sebagai berikut:

- a. Menumbuh kembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen.
- b. Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.
- c. Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan *Public Relation*.
- d. Efektif dalam membangun pengenalan merk dan pengetahuan merk.
- e. Mendukung bauran pemasaran. (Roeslan, 2001: 246)

Adapun tujuan *Public Relations* secara umum adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian, maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak lain yang berkepentingan. Dengan adanya kata “saling” maka organisasi pun harus dapat memahami publiknya.

Dalam *Public Relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan suatu hubungan yang baik antara suatu badan dengan publiknya. Usaha-usaha untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup badan itu. Hal ini dapat dilaksanakan oleh *Public Relations* dengan menunjukkan hal-hal positif tentang apa yang telah dilaksanakan, dan direncanakannya, salah satu aplikasinya, yaitu memberikan keterangan atau penjelasan kepada publik dengan jujur, sehingga publik merasa *well-informed* dan diikutsertakan dalam usaha badan tersebut.

Public Relations pada dasarnya berfungsi untuk menghubungkan publik-publik atau pihak-pihak yang berkepentingan di dalam suatu instansi atau perusahaan. Hubungan yang efektif antara pihak yang berkepentingan itu, adalah hal yang penting demi tercapainya kepentingan dan kepuasan pelanggan.

1.2.4.5 Tinjauan Umum Tentang *External Public Relations*

Pada pelaksanaan kegiatan komunikasi pada prakteknya tidak terlepas dari hubungannya dengan khalayak diluar lembaga/instansi. Hal ini di karenakan bahwa

kegiatan humas tersebut bertujuan untuk memperoleh dan memelihara hubungan baik dengan khalayak. Sasaran kegiatan *Public Relations* terbagi menjadi dua, yaitu:

1. *Internal Public Relations*, adalah orang-orang yang berada atau tercakup oleh organisasi, seluruh pegawai mulai staf sampai karyawan bawahan.
2. *Eksternal Public Relations*, adalah orang-orang yang ada di luar organisasi yang ada hubungannya dan di harapkan ada hubungannya. (Effendy, 2000:110)

Kegiatan hubungan eksternal yang dilakukan oleh seorang *Public Relations Officer*, yaitu:

- a. Hubungan dengan komunitas (*community relations*)

Membina hubungan dengan komunitas merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan disekitar perusahaan. Ini juga dapat diartikan sebagai tanda terima kasih perusahaan kepada komunitas. Dengan begitu menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya sekedar mengambil keuntungan dari mereka, melainkan ikut peduli dan mau berbagi apa yang diperoleh perusahaan dari lingkungan yang merupakan milik bersama. Hubungan dengan komunitas ini seringkali diwujudkan dalam program *Corporate Social Responsibility*.

b. Hubungan dengan pelanggan (*customer relations*)

Membina hubungan baik dengan pelanggan, dilakukan agar dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan perusahaan itu sendiri.

c. Hubungan dengan media massa dan pers (*media & press relations*)

Hubungan dengan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik. Dengan hubungan baik dengan media dan pers, perusahaan bisa mengontrol, mencegah, dan meminimalisir pemberitaan-pemberitaan negatif atau salah tentang perusahaan di media massa. Hubungan dengan pers dapat dilakukan melalui kontak formal dan kontak informal. Bentuk hubungan melalui kontak formal antara lain konferensi pers, wisata pers (*press tour*), taklimat pers (*press briefing*), dan resepsi pers. Sedangkan bentuk hubungan melalui kontak informal antara lain keterangan pers, wawancara pers, dan jumpa pers (*press gathering*).

d. Hubungan dengan pemerintah (*government relations*)

Hubungan yang baik dengan pemerintah bisa memudahkan perusahaan dalam menyesuaikan kebijakan yang akan diambil dengan kebijakan-kebijakan pemerintah, sehingga kebijakan tersebut terwujud sesuai dengan aturan pemerintah dan tidak melanggar hukum.

Dalam menjalankan tugas dan operasionalnya sebagai seorang profesionalis, peranan *Public Relations* dituntut untuk dapat membentuk manajemen krisis (*crisis management*), memulihkan citra setelah pasca krisis (*rectification and image recovery*), manajemen *Public Relations*, yaitu melakukan proses transfer dari situasi *negative* diupayakan menjadi situasi positif yang menguntungkan, khususnya merekayasa dan menggalang *Opini Public* sesuai dengan tujuan dari *Public Relations* itu sendiri, yaitu untuk memperoleh citra yang lebih baik bagi perusahaan atau lembaga yang diwakilinya. (Roeslan, 2010: 7)

Tujuan yang ingin dicapai dalam eksternal *public relations* adalah untuk memperoleh dukungan, kepentingan kepercayaan, serta menciptakan kesediaan kerja sama dari pihak luar.

1.2.4.6 Tinjauan Umum Tentang *Wedding Organizer*

Wedding organizer adalah suatu jasa khusus yang secara pribadi membantu calon pengantin dan keluarga dalam perencanaan dan supervisi pelaksanaan rangkaian acara pesta pernikahan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Wedding organizer memberikan informasi mengenai berbagai macam hal yang berhubungan dengan acara pernikahan, membantu merumuskan konsep pernikahan. *Wedding organizer* memfasilitasi, negosiasi dan koordinasi dengan pihak gedung atau hotel dan *supplier* atau *vendor* seperti: *catering*, dekorasi, fotografer, perias, sampai grup musik.

Wedding organizer membantu memilih jenis makanan, kuantitas dan *food tasting*. Menghubungi setiap rekanan untuk *follow up* yang diperlukan. Mengikuti rapat koordinasi dengan keluarga, juga memimpin rapat teknis dengan para rekanan. *Technical meeting* di tempat resepsi. Membantu menyusun semua acara yang berhubungan dengan acara pernikahan.

Kelebihan menggunakan Jasa *Wedding organizer*, yaitu :

1. Menghemat waktu

Dimulai dari mencari kebutuhan apa saja yang diperlukan dalam acara pernikahan akan terasa cepat apabila dibantu oleh jasa *wedding organizer*, selain itu acara pernikahan yang dilaksanakan pun lebih tertata dan tepat waktu sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Bisa lebih murah

Dengan menggunakan jasa *wedding organizer* biaya yang dikeluarkan pun bisa lebih hemat sesuai dengan permintaan klien, karena telah didata dan disiapkan kebutuhan apa saja yang akan dipergunakan nanti saat acara.

1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kualitatif deskriptif, Bogdan dan Taylor menyatakan bahwa prosedur penelitian yang menghasilkan deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. (Bungin, 2001: 26)

Metode kualitatif memandang realitas sebagai suatu yang berdimensi banyak, suatu kebutuhan yang utuh dan berubah-ubah. Karena itulah dalam penelitian kualitatif, rancangan penelitian tidak disusun secara rinci sebelum penelitiannya dimulai. Untuk alasan itu pula, pengertian kualitatif sering disosialisasikan dengan teknik analisis data dan penulisan laporan penelitian.

Untuk membahas mengenai proses dan hal-hal yang berkenaan dengan kegiatan penyebaran informasi dalam upacara pernikahan adat Sunda di *wedding organizer* Istana Pengantin Bandung, peneliti mengumpulkan data melalui teknik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian deskriptif ditujukan untuk :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada,

2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku,
3. Membuat perbandingan atau evaluasi,
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

1.3.1 Paradigma Penelitian Konstruktivisme

Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif dengan interaksinya dengan dunia objek material. Pengalaman manusia terdiri dari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan. Dengan demikian dunia muncul dalam pengalaman manusia secara terorganisasi dan bermakna. Keberagaman pola konseptual/kognitif merupakan hasil dari lingkungan historis, kultural, dan personal yang digali secara terus-menerus. (Ardianto, 2010: 152)

Bila dirunut ke belakang, konstruktivisme yang meyakini bahwa makna atau realitas terkandung pada konstruksi pikiran yang dapat dirunut pada teori Popper (1973). Seperti yang kita ketahui bahwa Popper membedakan tiga pengertian tentang alam semesta :

1. Dunia fisik atau keadaan fisik

2. Dunia kesadaran atau mental atau disposisi tingkah laku
3. Dunia dari isi objektif penilaian manusia, khususnya pengetahuan ilmiah, puitis dan seni. Bagi Popper objektisme tidak dapat dicapai pada dunia fisik, melainkan selalu melalui dunia pemikiran manusia. Pemikiran ini kemudian berkembang menjadi konstruktivisme yang tidak hanya menyajikan batasan mengenai kebenaran dan pengetahuan manusia (Ardianto, 2010:153)

Konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. George Keely menegaskan cara pemahaman pribadi seseorang dilakukan dengan pengelompokan peristiwa menurut persamaan dan perbedaannya. Perbedaan ini menjadi dasar penilaian ihwal sistem kognitif individual yang bersifat pribadi dan karenanya berbeda dengan konstruksi sosial. Aliran ini meyakini bahwa sistem kognitif individu berkembang kompleks. (Ardianto, 2010: 159)

Konsekuensinya, kaum konstruktivis menganggap bahwa tidak ada makna yang mandiri, tidak ada deskripsi yang murni objektif. Kita tidak dapat secara transparan melihat “apa yang ada disana” atau “yang ada disini” tanpa termediasi oleh teori, kerangka konseptual atau bahasa yang disepakati secara sosial. Semesta yang ada dihadapan kita bukan sesuatu yang ditemukan, melainkan sesuatu termediasi oleh paradigma, kerangka konseptual, dan bahasa yang dipakai. Karena itu, pendekatan yang aprioristik terhadap semesta menjadi tidak mungkin. Ide tentang tidak adanya

satu representasi dan ketersembunyian semesta membuka peluang pluralism metodologi, karena tidak adanya satu representasi yang memiliki akses istimewa terhadap semesta. (Ardianto, 2010: 160)

1.3.2 Pendekatan Penelitian Studi Deskriptif Kualitatif

Pendekatan penelitian dalam studi ini adalah pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki karakteristik, penelitian yang datanya dinyatakan dalam keadaan sewajarnya atau sebagaimana adanya (*natural setting*), sedangkan yang menjadi objek penelitian kualitatif adalah seluruh bidang atau aspek kehidupan manusia yakni manusia dengan segala sesuatu yang dipengaruhi manusia.

Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Penelitian kualitatif menggunakan observasi terstruktur dan tidak terstruktur dan interaksi komunikatif sebagai alat mengumpulkan data, terutama wawancara mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai kegiatan komunikasi dalam upacara pernikahan adat Sunda dimana peneliti dan subjek peneliti berbagi pengalaman mengenai proses, cara, dan pelaksanaan upacara pernikahan adat Sunda. Data ini adalah subjektif, melibatkan persepsi dan keyakinan peneliti dan subjek penelitian.

Secara sederhana menurut Mulyana bahwa definisi dari penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya. Penggunaan berbagai

metode ini sering disebut triangulasi dimaksudkan agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti. Sesuai dengan prinsip peneliti kualitatif lazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami, atau menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan kepada hal-hal tersebut.

1.3.2.1 Penentuan Sumber Data Penelitian

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi *purposive*. Pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Dijadikan informan dengan memiliki pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti oleh peneliti.

Penentuan informan dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum. Karena itu, orang yang dijadikan informan sebaiknya yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Mereka menguasai atau memahami upacara pernikahan adat Sunda.
2. Mereka sedang berkecimpung atau terlibat dalam kegiatan upacara pernikahan adat Sunda.
3. Mereka mempunyai cukup waktu untuk diwawancarai.
4. Mereka yang cenderung menyampaikan informasi hasil kemasannya sendiri.

1.3.2.2 Proses Pendekatan Terhadap Informan

Menurut Kuswarno (2009: 62), ciri-ciri informan dalam penelitian paling tidak memenuhi kriteria adalah sebagai berikut :

5. Informan biasanya terdapat dalam satu lokasi
6. Informan adalah orang yang mengalami secara langsung peristiwa yang menjadi bahan penelitian
7. Informan mampu untuk menceritakan kembali peristiwa yang telah dialaminya
8. Memberikan kesediaannya secara tertulis untuk dijadikan informasi peneliti, jika diperlukan.

Proses pendekatan yang dimaksud adalah apa yang disebut Creswell sebagai *“Gaining access and Making Rapport”* (Kuswarno, 2009: 131). Dengan demikian proses pendekatan yang dilakukan oleh peneliti dengan 2 cara untuk mendapatkan akses terhadap subjek dalam penelitian yaitu melalui guide dan member kesan pertemuan tidak sengaja. (Kuswarno, 2009: 132)

Informan adalah orang yang berada pada lingkup penelitian, artinya orang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi informan harus memiliki banyak pengalaman tentang masalah penelitian dan secara sukarela menjadi sumber informasi meskipun tidak secara formal, mereka dapat memberikan pandangannya.

1.3.3 Lokasi Penelitian

1.3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian: Gd. Balai Sartika / Bikasoga, Jl. Suryalaya Indah No. 1-3
Buah Batu Kota Bandung.

1.3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan selama 3 bulan, yaitu dimulai dari tanggal 3 Maret 2016 sampai dengan tanggal 3 Mei 2016, seperti terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Jadwal Kegiatan Penelitian Tahun 2016							
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1	Observasi Awal								
2	Penyusunan Proposal Skripsi								
3	Bimbingan Proposal Skripsi								
4	Seminar Proposal Skripsi								
5	Perbaikan Proposal Skripsi								
6	Pelaksanaan Penelitian								
7	Analisis Data								
8	Penulisan Laporan								
9	Konsultasi								
10	Seminar Draft Skripsi								
11	Sidang Skripsi								
12	Perbaikan Skripsi								

1.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode mengumpulkan data adalah cara atau teknik bagaimana data itu bisa ditemukan, digali, dikumpulkan, dikategorikan, dan dianalisis. Pengumpulan data penelitian dilakukan secara seksama dengan memilih data, menentukan data dan informasi yang dipandang dapat mendukung upaya penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.4.1 Studi Literatur

Studi Literatur atau teknik pengumpulan data dengan membaca dari berbagai buku, makalah, diktat, proposal, dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

1.3.4.2 Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan langsung agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. Wawancara mendalam menjadi alat utama pada penelitian kualitatif yang di kombinasikan dengan observasi partisipasi. (Ardianto, 2014: 178).

Wawancara mendalam (*insentive/depth interview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Biasanya wawancara

mendalam menjadi alat utama pada penelitian kualitatif yang dikombinasikan dengan observasi partisipasi atau observasi terlibat. Pada wawancara mendalam ini, pewawancara tidak mempunyai kontrol atas tanggapan informan. Artinya informan bebas memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam bila perlu tidak ada yang disembunyikan. Langkah-langkah umum yang digunakan peneliti dalam proses observasi dan juga wawancara adalah sebagai berikut:

1. Peneliti memasuki tempat penelitian dan melakukan pengamatan pada pelaksanaan komunikasi budaya pada pernikahan upacara adat Sunda.
2. Setiap berbaur ditempat penelitian, peneliti selalu mengupayakan untuk mencatat apapun yang berhubungan dengan fokus penelitian.
3. Di tempat penelitian, peneliti juga berusaha mengenali segala sesuatu yang ada kaitannya dengan konteks penelitian ini, yakni seputar pelaksanaan komunikasi budaya pada pernikahan upacara adat Sunda. Peneliti juga membuat kesepakatan dengan sejumlah informan untuk melakukan dialog atau diskusi terkait pelaksanaan komunikasi budaya pada pernikahan upacara adat Sunda.
4. Peneliti berusaha menggali selengkap mungkin informasi yang diperlukan terkait dengan fokus penelitian ini.

Wawancara akan dilakukan secara mendalam untuk memperoleh kedalaman informasi. Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dalam dari informan-informan kunci yang memiliki kompetensi untuk memberikan data yang

lengkap dan dapat dipertanggung jawabkan, berkaitan mengenai permasalahan yang menjadi topik kajian. Peneliti melakukan kegiatan wawancara terhadap pelaksanaan komunikasi budaya pada pernikahan upacara adat Sunda.

1.3.4.3 Teknik Observasi Terlibat

Observasi difokuskan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena penelitian. Fenomena ini mencakup perilaku, dan percakapan yang terjadi diantara subjek yang diteliti sehingga metode ini memiliki keunggulan, yakni mempunyai dua bentuk data interaksi dan percakapan. Artinya, selain perilaku nonverbal juga mencakup perilaku verbal dari orang-orang yang diamati. Dalam penelitian dikenal dua jenis metode observasi, observasi partisipan dan observasi nonpartisipan. Dengan observasi partisipan atau observasi terlibat peneliti lebih memungkinkan mengamati kehidupan individu atau kelompok dalam situasi nyata, dimana terdapat *setting* yang nyata tanpa dikontrol atau diatur secara sistematis seperti penelitian eksperimental seperti namanya, metode ini memungkinkan untuk memahami apa yang terjadi, memahami pola-pola dan interaksi. (Ardianto, 2010: 180)

Teknik ini digunakan untuk memperoleh pengetahuan yang tidak terbahasakan yang tidak didapat hanya dari wawancara. Sehubungan dengan hal ini, maka dalam penelitian lapangan peneliti turut terlibat langsung ke dalam berbagai aktivitas pelaksanaan komunikasi budaya dalam upacara pernikahan adat Sunda di *Wedding Organizer* Istana Pengantin Bandung. Peneliti tinggal di lokasi penelitian yakni di Kota Bandung untuk melihat dari dekat atau mengamati secara langsung bagaimana pelaksanaannya.

1.3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dan kualitatif menurut Elvinaro Ardianto (dalam Bogan dan Biklen, 2014: 220), analisis melibatkan penyusunan data dan pemecahannya ke dalam nit-unit yang dapat ditangani, perangkumannya, pencarian pola-pola, serta penemuan apa yang penting, dan apa yang perlu dipelajari, serta pembuatan keputusan apa yang akan diceritaka kepa orang lain.

Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut :

Tahap I : Mentranskripsikan Data

Pada tahap ini dilakukan pengalihan data rekaman kedalam bentuk skripsi dan menerjemahkan hasil transkripsi. Dalam hal ini peneliti dibantu oleh tim dosen pembimbing.

Tahap II : Kategorisasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan klasifikasi data berdasarkan item-item masalah yang diamati dan diteliti, kemudian melakukan kategorisasi data sekunder dan data lapangan. Selanjutnya menghubungkan sekumpulan data dengan tujuan mendapatkan makna yang relevan.

Tahap III : Verifikasi

Pada tahap ini data dicek kembali untuk mendapatkan akurasi dan validitas data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian.

Tahap IV : Interpretasi dan Deskripsi

Pada tahap ini data yang telah diverifikasi diinterpretasikan dan di deskripsikan. Peneliti berusaha mengkoneksikan sejumlah data untuk mendapatkan makna dari hubungan data tersebut. Peneliti menetapkan pola dan menemukan korespondensi antara dua atau lebih kategori data.

1.3.6 Validitas Data

Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data. Triangulasi adalah mengecek kebenaran data tertentu dengan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan. Triangulasi dapat di lakukan dengan membandingkan antara hasil peneliti, serta dengan menggunakan teknik yang berbeda, misalnya observasi wawancara dan dokumen. (Ardianto, 2014:197)

Segi sumber triangulasi data maupun triangulasi metode yaitu :

1. Triangulasi Data:

Data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan selain itu, juga dilakukan *cross check* data kepada narasumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti.

2. Triangulasi Metode:

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang unit analisis.