**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Konteks Penelitian**

*Party Planner* adalah pelayanan jasa dari Kami untuk mengatur dan menyediakan kebutuhan untuk *Birthday Party, anniversary*, acara perpisahan sekolah, kegiatan seni sekolah dengan menyediakan dekorasi balon, dekorasi panggung, souvenir, badut MC, badut karakter dengan berbagai macam karakter spongebob, tiger, winni the pooh, spiderman, mickey mouse, shaun the sheep, dan lain-lain.

Merayakan pesta ulang tahun bagi anak-anak adalah hal yang menyenangkan. Sebagai orangtua tidak ada salahnya mengadakan pesta ulang tahun buat anak-anaknya, setidaknya bisa membuat anak anda ada kenangan dan bisa bermain dan berkumpul dan mendapat bingkisan ulang tahun/souvenir yang banyak, misalnya menghadirkan badut pesta yang di sediakan oleh jasa badut sewa. Dan tidak perlu harus mewah sekali tapi sesuaikan dengan anggaran yang anda punya. Kalau anda punya dana lebih memang tidak salah juga anda buat pesta besar-besaran. Tapi jangan sampai menghamburkan sia-sia, makanya program dan data berapa banyak yang akan mau diundang dan cobalah buat sesuai tema dan usia anak anda.Kami juga menyediakan undangan yg disesuaikan dgn tema acara. Dan juga menyediakan makanan untuk anak-anak berupa bento. Kami dalam setiap acara selalu mempunyai ide untuk mmberikan acara yg lain dari yg lain sehingga anak-anak tidak bosen dan membuat pesta menjadi lebih berkesan.

Fenomenologi (fenomena) adalah salah satu metode pencarian data dalam metode penelitian kualitatif. Fenomenologi merupakan sebuah aliran filsafat yang menilai manusia sebagai sebuah fenomena. Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, phainomai yang berarti ‘menampak’ dan phainomenon merujuk ‘pada yang nampak’. Fenomenologi mempelajari tentang arti kehidupan beberapa individu dengan melihat konsep pengalaman hidup mereka atau fenomenanya. Fokus dari fenomenologi adalah melihat apakah objek penelitiannya memiliki kesamaan secara universal dalam menanggapi sebuah fenomena.

Sebutan fenomenologis berarti studi tentang cara dimana fenomena hal – hal yang kita sadari muncul kepada kita, dan cara yang paling mendasar dari pemunculannya adalah sebagai suatu aliran pengalaman – pengalaman inderawi yang berkesinambungan yang kita terima melalui panca indera kita. Pendekatan fenomenologi berhubungan dengan pemahaman tentang bagaimana keseharian, dunia intersubyektif (dunia kehidupan). Fenomenologi bertujuan untuk menginterpretasikan tindakan sosial kita dan orang lain sebagai sebuah yang bermakna (dimaknai) serta dapat merekonstruksi kembali turunan makna (makna yang digunakan saat berikutnya) dari tindakan yang bermakna pada komunikasi intersubjektif individu dalam dunia kehidupan sosial. Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Fenomenologi dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji dan peneliti bebas untuk menganalisi data yang diperoleh.

Konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia disekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Asumsi pokok fenomenologi adalah manusia secara aktif menginterpretasikan pengalamannya dengan memberikan makna atas sesuatu yang dialaminya. Oleh karena itu interpretasi merupakan proses aktif untuk memberikan makna atas sesuatu yang dialami manusia. Dengan kata lain pemahaman adalah suatu tindakan kreatif menuju pemaknaan.

Fenomenologi menjelaskan fenomena perilaku manusia yang dialami dalam kesadaran. Fenomenologi mencari pemahaman seseorang dalam membangun makna dan konsep yang bersikap intersubyektif. Oleh karena itu, penelitian fenomenologi harus berupaya untuk menjelaskan makna dan pengalaman hidup sejumlah orang tetang suatu konsep atau gejala.

Tujuan utama dari fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan seperti bagaimana fenmena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkontruksikan makna dan konsep-konsep penting dalam kerangka intersubjektif. Intersubjektif karena pemahaman kita terbentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya. Jadi fenomenologi adalah ilmu yang dibedakan dari sesuatu yang sudah menjadi atau disiplin ilmu yang menjelaskan dan mengklarifikasi fenomena atau studi tentang fenomena. Dengan kata lain, fenomenologi mempelajari tentang fenomena yang Nampak di depan mata dan bagaimana penampakannya.

Komunikasi massa adalah proses di mana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (publik). Organisasi - organisasi media ini akan menyebarluaskan pesan-pesan yang akan memengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian dari salah satu institusi yang kuat di masyarakat. Dalam komunikasi massa, media massa menjadi otoritas tunggal yang menyeleksi, memproduksi pesan, dan menyampaikannya pada khalayak.

Komunikasi merupakan kebutuhan integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia atau masyarakat. Kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan dari komunikasi, manusia akan selalau terlibat dengan komunikasi, aktivitas komunikasi dapat terlihat pada aspek kehidupan sehari – hari. arti komunikasi itu sendiri adalah merupakan sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui saluran tertentu. Adapula yang menyebutkan komunikasi sebagai suatu proses penyampain pesan berupa lambang, pesan, suara, dan gambar dari suatu sumber kepada sasaran *(audience)* dengan menggunakan saluran tertentu. Hal ini dapat digambarkan melalui sebuah percakapan sebagai bentuk awal dari bentuk komunikasi. Orang yang sedang berbicara adalah *source* (sumber) dari komunikasi atau dengan istilah lain yang disebut dengan komunikator. Orang yang sedang mendengarkan disebut dengan *audience*, sasaran, pendengar atau komunikan. Apa yang sedang disampaikan oleh orang yang sedang berbicara disebut pesan, sedangkan saluran yang digunakan untuk menyampaikan dari komunikator ke komunikan disebut *channe*l (saluran).

Sebagaimana pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia, maka sumber daya manusia yang mampu berkomunikasi dan berinteraksi dengan baik sangat di perlukan terlebih dalam ruang lingkup lingkungan organisasi maupun instansi. Dalam organisasi sumber daya manusia tersebut akan selalu melakukan fungsi komunikasinya sehingga tujuan dari organisasinya dapat tercapai.

Manusia adalah makhluk yang berbahasa, manusia dengan perantaraan tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Manusia berkomunikasi dengan cara verbal dan non-verbal. Komunikasi simbolis mengandalkan kesadaran mendalam dan karena itu menuntut penyertaan bahasa. Kedua, bahasa simbolis menciptakan situasi yang simbolis juga. Yang artinya, penuh dengan tanda tanya atau hal-hal yang mesti diungkapkan maksud dan arti yang terkandung didalamnya. Ketiga, bahasa simbolis terletak ditengah antara bahasa mistis dan alegoris seperti halnya pula berlaku dalam tindakan.

Komunikasi bukan hanya sebagai proses, melainkan komunikasi sebagai pembangkit makna (the generation of meaning). Ketika kita berkomunikasi dengan orang lain, setidaknya orang lain tersebut memahami maksud pesan kita, kurang lebih secara tepat. Supaya komunikasi dapat terlaksana, maka kita harus membuat pesan dalam bentuk tanda (bahasa, kata). Pesan-pesan yang kita buat, mendorong orang lain untuk menciptakan makna untuk dirinya sendiri yang terkait dalam beberapa hal dengan makna yang kita buat dalam pesan kita. Semakin banyak kita berbagi kode yang sama, makin banyak kita menggunakan sistem tanda yang sama, maka makin dekatlah “makna” kita dengan orang tersebut atas pesan yang datang pada masing-masing kita dengan orang lain tersebut.

**1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian, maka fokus penelitian dapat dirumuskan bagaimana **FENOMENA *PARTY PLANNER* DIKALANGAN ANAK MUDA KOTA BANDUNG**bisa terjadi.

**1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

* + - 1. Bagaimana motif fenomena *Party Planner* dikalangan anak muda di kota Bandung?
			2. Bagaimana tindakan fenomena *Party Planner* dikalangan anak muda Kota Bandung?
			3. Apa makna fenomena *Party Planner* dikalangan anak muda di kota Bandung?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat ujian sidang Strata 1 (S1), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, jurusan Ilmu Komunikasi, Kosentrasi Humas (Hubungan Masyarakat) dan mengetahui secara mendalam tentang makna Fenomena party planner bagi anak muda di Kota Bandung, adapun uraiannya sebagai berikut:

1. Mengetahui motif fenomena *Party Planner* dikalangan anak muda di kota Bandung?
2. Mengetahui tindakan fenomena *Party Planner* dikalangan anak muda di kota Bandung?
3. Mengetahui makna fenomena *Party Planner* dikalangan anak muda di kota Bandung?

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu berkaitan dengan judul penelitian. Kegunaan ini terbagi menjadi dua bagian yaitu **Kegunaan Teoritis** dan **Kegunaan Praktis** yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi. Adapun jenis dari kegunaan penelitian yaitu:

**A. Kegunaan Teoritis**

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah variasi bahan kajian tentang fenomena *Party Planner* dikalangan anak muda di kota Bandung, serta memberikan kontribusi bagi peneliti komunikasi lain yang mengambil objek serupa.
2. Dengan selesainya penelitian ini maka sangat berguna bagi perkembangan Program Studi Ilmu Komunikasi pada umumnya dan khususnya Ilmu Hubungan Masyarakat terutama dalam penelitian fenomena *Party Planner* dikalangan anak muda di kota Bandung.
3. Menjadi bahan masukan, informasi, referensi dan melengkapi bahan kepustakaan bagi pihak yang membutuhkan, khususnya akademi dan praktisi.

**B. Kegunaan Praktis**

1. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam menyikapi fenomena *Party Planner* dikalangan anak muda di kota Bandung.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan, pemikiran dan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi peneliti komunikasi lain yang mengambil objek serupa.
3. Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan berusaha menjadi bahan pertimbangan dalam bahan referensi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan fenomena.