BAB II

KOMUNIKASI INTERPERSONAL MASYARAKAT DALAM MENGELOLA WISATA

A. Kajian Pustaka

1. Komunikasi Interpersonal dalam Masyarakat

a. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Menurut Joseph A. Devito sebagaimana dikutip Ali Nurdin, dkk (2013) mendefinisikan komunikasi antarpribadi dengan "*The process of sending and receiving messages, between two persons, or among a small group of person, with some effect and some immediate feedback.*" (Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika). Sedangkan menurut Deddy Mulyana, komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal.

Adapun menurut Schramm (1974) di antara manusia yang saling bergaul, ada yang saling membagi informasi, namun ada pula yang membagi gagasan dan sikap. Sebagaimana menurut Miller dan Nicholson

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(1976) bahwa dalam pergaulan antar manusia selalu terjadi penyesuaian pikiran, penciptaan simbol yang mengandung pengertian bersama.[1]

Menurut Suranto Aw[2] (2011) komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan (*sender*) dengan penerima (*receiver*) baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi dikatakan terjadi secara langsung (primer) apabila pihak-pihak yang terlibat komunikasi dapat saling berbagi informasi tanpa melalui media. Sedangkan komunikasi tidak langsung (sekunder) dicirikan oleh adanya penggunaan media tertentu.

R. Wayne Pace (1979) sebagaimana dikutip Hafied Cangara[3] (1998) bahwa "*interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting*" yang bermakna komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Demikian pula menurut Alo Liliweri[4] (1994) Komunikasi antarpribadi sebenarnya merupakan satu prosesional di mana orang-orang yang terlibat di dalamya saling mempengaruhi.

---

[1] Ali Nurdin, dkk, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013), hlm. 120
[2] Suranto Aw, *Komunikasi Interpersonal*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 5
[3] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1998), hlm. 32
[4] Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Pribadi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1997), hlm. 11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Apabila diamati dan dikomparasikan dengan komunikasi jenis lainnya, maka dapat dikemukakan ciri-ciri komunikasi interpersonal, antara lain: arus pesan dua arah, suasana informal, umpan balik segera, peserta komunikasi berada dalam jarak dekat, dan peserta komunikan mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal.

1) Arus pesan dua arah. Komunikasi interpersonal menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah. Artinya komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat. Seorang sumber pesan dapat berubah peran sebagai penerima pesan, begitu pula sebaliknya. Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan.
2) Suasana non formal. Komunikasi interpersonal biasanya berlangsung dalam suasana non formal. Dengan demikian, apabila komunikasi itu berlangsung antara pejabat di sebuah instansi, maka para pelaku komunikasi itu tidak secara kaku berpegang pada herarki jabatan dan prosedur birokrasi, namun lebih memilih pendekatan secara individu yang bersifat pertemanan. Relevan dengan suasana non formal tersebut, pesan yang dikomunikasikan biasanya bersifat lisan, bukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tertulis. Di samping itu, forum komunikasi yang dipilih biasanya juga cenderung bersifat non formal, seperti percakapan intim dan lobi, bukan forum formal seperti rapat.

3) Umpan balik segera. Oleh karena komunikasi interpersonal biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh balikan atas pesan yang disampaikan dari komunikan, baik secara verbal maupun non verbal.
4) Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Komunikasi interpersonal merupakan metode komunikasi antar individu yang menuntut agar peserta komunikasi berada dalam jarak dekat, baik jarak dalam arti fisik mapun psikologis. Jarak yang dekat dalam arti fisik, artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada pada satu lokasi tempat tertentu. Sedangkan jarak yang dekat secara psikologis menunjukkan keintiman hubungna antar individu.
5) Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal. Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi interpersonal, peserta komunikasi dapat memberdayakan pemanfaatkan kekuatan pesan verbal maupun nonverbal secara simultan. Peserta komunikasi berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pesan verbal maupun non verbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai tujuan komunikasi.[5]

c. Proses Komunikasi Interpersonal

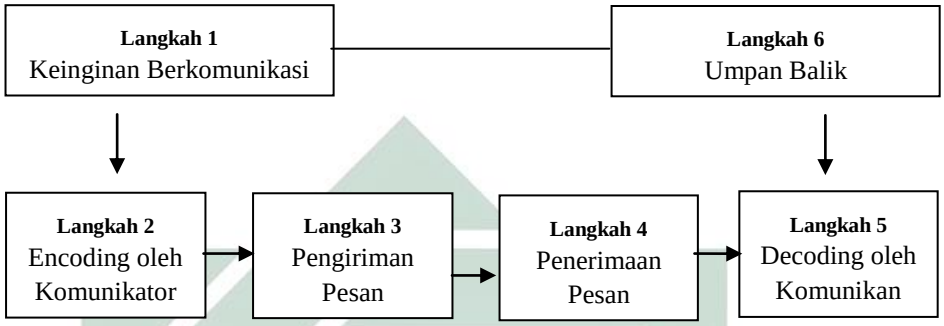
Proses komunikasi ialah langkah-langkah yang menggambarkan terjadinya kegiatan komunikasi. Secara sederhana proses komunikasi digambarkan sebagai proses yang menghubungkan pengirim dengan penerima pesan. Proses tersebut terdiri dari enam langkah, sebagai berikut:[6]

1) Keinginan berkomunikasi, seorang komunikator mempunyai keinginan untuk berbagi gagasan dengan orang lain.
2) *Encoding* oleh Komunikator, *encoding* merupakan tindakan memformulasikan isi pikiran atau gagasan ke dalam simbol-simbol, kata-kata dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya.
3) Pengirim Pesan, untuk mengirim pesan kepada komunikan, seorang komunikator memilih saluran komunikasi seperti telepon, SMS, e-mail, surat, ataupun secara tatap muka.
4) *Decoding* oleh Komunikan, merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Dalam hal ini *decoding* adalah proses memahami pesan.
5) Umpan Balik, setelah menerima pesan dan memahaminya, komunikan memberikan respon atau umpan balik. Dengan umpan

[5] Op.cit., Suranto Aw, hlm. 13-14.
[6] Ibid., hlm 10-11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

balik ini seorang komunikator dapat mengevaluasi keefektivitasan komunikasi.



Gambar 2.1 Proses Komunikasi Interpersonal

d. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan suatu *action oriented*, ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi interpersonal bermacam-macam, beberapa di antaranya adalah:

1) Mengungkapkan Perhatian Kepada Orang Lain

   Salah satu tujuan komuniksi interpersonal adalah untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain. Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, melambaikan tangan, membungkukkan badan, menanyakan kabar kesehatan patner komunikasi dan sebagainya.

2) Menemukan Diri Sendiri

   Artinya seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik pribadi berdasarkan informasi dari orang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Menemukan Dunia Luar

Dengan komunikasi interpersonal diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual dalam suatu perkembangan sosial atau pengetahuan.

4) Membangun dan Memelihara Hubungan yang Harmonis

Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan setiap orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain.

5) Mempengaruhi Sikap dan Perilaku

Komunikasi interpersonal ialah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak lagsung.

6) Mencari Kesenangan atau Sekedar Menghabiskan Waktu

Ada kalanya seseorang melakukan komunikasi interpersonal sekedar mancari kesenangan atau hiburan. Bertukar cerita, bertukar informasi ataupun canda tawa dalam mengisi waktu luang dari kesibukan yang dijalaninya.

7) Menghilangkan Kerugian Akibat Salah Komunikasi

Komunikasi interpersonal dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (*miss communication*) dan salah interprestasi (*miss interprestation*) yang terjadi pada sumber dan penerima pesan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

8) Memberikan Bantuan (Konseling)

Dalam kehidupan sehari-hari dikalangan masyarakat dapat dengan muda diperoleh contoh yang menunjukan bahwa komunikasi interpersonal dapat dipakai sebagai pemberian bantuan (konseling) bagi orang lain yang memerlukan. Tanpa disadari setiap orang teryata sering bertindak sebagai konselor maupun konseling dlam interaksi interpersonal sehari hari.[7]

e) Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Efektivitas komunikasi interpersonal dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*).[8]

1) Keterbukaan (*Opennes*)

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya.memang ini mungkin menarik, tapi bisaanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang bisaanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut. Aspek

[7] Op.Cit., Suranto Aw, hlm 19-22

[8] Joseph A. Devito, *Human Comunication*, terjemahan Agus Maulana (Jakarta: Professional Books, 1997), hal. 259-264

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keterbukaan yang kedua mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Setiap orang ingin orang lain bereaksi secara terbuka terhadap apa yang diucapkan. Tidak ada yang lebih buruk daripada ketidak acuhan, bahkan ketidaksependapatan jauh lebih menyenangkan. Seseorang memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain. Aspek ketiga menyangkut "kepemilikan" perasaan dan pikiran. Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang seseorang lontarkan adalah memang miliknya dan orang tersebut bertanggungjawab atasnya.

2) Empati (*Empathy*)

Mendefinisikan empati sebagai "kemampuan seseorang untuk 'mengetahui' apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu." Bersimpati, di pihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih. Sedangkan berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya, berada di kapal yang sama dan merasakan perasaan yang sama dengan cara yang sama. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang. Individu dapat mengkomunikasikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

empati baik secara verbal maupun non verbal. Secara nonverbal, dapat mengkomunikasikan empati dengan memperlihatkan (1) keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai; (2) konsentrasi terpusat meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh perhatian, dan kedekatan fisik; serta (3) sentuhan atau belaian yang sepantasnya.

3) Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness)*. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Seseorang memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap (1) deskriptif, bukan evaluatif, (2) spontan, bukan strategik, dan (3) provosional, bukan sangat yakin.

4) Sikap Positif (*Positiveness*)

Setiap individu mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Kesetaraan (*Equality*)

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai, lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidak-sependapatan dan konflik lebih dillihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada daripada sebagai kesempatan untuk menjatuhkan pihak lain. Kesetaraan tidak mengharuskan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain. Kesetaraan berarti kita menerima pihak lain, atau menurut istilah Carl Rogers, kesetaraan meminta seseorang untuk memberikan ”penghargaan positif tak bersyarat” kepada orang lain.

f) Faktor Penghambat Komunikasi Interpersonal

Komunikasi dapat terhambat dalam proses dari pengirim ke penerima. Hambatan-hambatan adakalanya dinamakan “distorsi kognitif” yang dapat muncul dalam komunikasi interpersonal (Beck & Burns).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Beberapa hambatan yang mungkin terjadi dalam komunikasi interpersonal yaitu:[9]

1) Polarisasi

Polarisasi adalah kecenderungan untuk melihat dunia dalam bentuk lawan kata dan menguraikan dalam bentuk ekstrim baik atau buruk, positif atau negatif, sehat atau sakit, pandai atau bodoh.

2) Orientasi Intensional

Yakni mengacu pada kecenderungan untuk melihat manusia, objek dan kejadian sesuai dengan ciri yang melekat pada mereka. Sebaliknya, orientasi ekstensional adalah kecenderungan untuk terlebih dahulu memandang manusia, objek dan kejadiannya setelah itu memperhatikan cirinya.

Dengan menggunakan orientasi akan cenderung diarahkan oleh apa yang dilihat memang terjadi dan bukan oleh ciri sekilas pandang.

3) Potong Kompas

Merupakan kesalahan evaluasi dimana orang gagal mengkomunikasikan makna yang mereka maksudkan. William Haney mendefinisikannya sebagai pola salah komunikasi yang terjadi bila pengirim pesan dan penerima saling menyalah artikan makna pesan mereka. Potong kompas dapat mempunyai dua bentuk. Dalam bentuk yang pertama, di permukaan tampaknya ketidaksepakatan padahal pada tingkat makna terjadi kesepakatan.

[9] Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia edisi ke X*, (Jakarta: Profesional Books, 1996), hlm. 129-136

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jenis kedua, di permukaan tampaknya kedua orang ingin sependapat (karena mereka menggunakan kata-kata yang sama) tetapi jika mengamati lebih cermat akan terlihat bahwa sebenarnya ada ketidaksependapatan yang nyata.

2. Peran Komunikasi Verbal dalam Interaksi Masyarakat

a. Pengertian Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Suatu sistem kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas.

Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita. Konsekuensinya. Kata-kata adalah abstraksi realitas kita yang tidak mampu menimbulkan reaksi yang merupakan totalitas obyek atau konsep yang diwakili kata-kata itu.[10]

[10] Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 260

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Pitfield dalam Moekijat[11] komunikasi verbal dapat berupa kontak tatap muka, wawancara, konsultasi bersama, dan pidato.

1) Kontak atau Hubungan Tatap Muka, ini berhubungan dengan pembicaraan langsung antara dua orang atau dua kelompok kecil orang.
2) Wawancara, ini sebagian besar merupakan suatu pelaksanaan dua arah, kareana kedua pihak bermaksud membuat pernyataan-pernyataan dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan.
3) Konsultasi bersama, ini merupakan forum pembicaraan antar pegawai-pegawai dan majikan-majikan atau wakil-wakilnya.
4) Pidato, ini dapat berhubungan dengan pengumuman keputusan kebijaksanaan, pemberian ceramah sebagai bagian dari program pendidikan dan pidato kepada orang-orang yang mempunyai kepentingan umum.

b. Fungsi Komunikasi Verbal

Menurut Larry L. Barker dalam Deddy Mulyana[12] bahasa memiliki tiga fungsi: penamaan (*naming* atau *labeling*), interaksi, dan transmisi informasi. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasi obyek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Fungsi interaksi, menurut Barker, menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.

[11] Moekijat, *Teori Komunikasi*, (Bandung: Mandar Maju, 1993:, hlm. 138-140
[12] Op.cit., Deddy Mulyana, hlm. 266-267

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Fungsi bahasa inilah yang disebut fungsi transmisi. Barker berpandangan, keistimewaan bahasa sebagai sarana transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

c. Fungsi Bahasa

Menurut Larry L. Barker dalam Deddy Mulyana[13] bahasa memiliki tiga fungsi: penamaan (*naming* atau *labeling*), interaksi, dan transmisi informasi. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasi obyek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Fungsi interaksi, menurut Barker, menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Fungsi bahasa inilah yang disebut fungsi transmisi. Barker berpandangan, keistimewaan bahasa sebagai sarana transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

3. Peran Komunikasi Non Verbal dalam Interaksi Masyarakat

a. Pengertian Komunikasi Non Verbal

Komunikasi nonverbal adalah setiap informasi atau emosi dikomunikasikan tanpa menggunakan kata-kata atau nonlinguistic.

[13] Ibid., hlm. 266-277.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Komunikasi nonverbal adalah penting, sebab apa yang sering kita lakukan mempunyai makna jauh lebih penting daripada apa yang kita katakan. Ucapan atau ungkapan klise seperti "sebuah gambar sama nilainya dengan seribu kata" menunjukkan bahwa alat-alat indra yang kita gunakan untuk menangkap isyarat-isyarat nonverbal sebetulnya berbeda dari hanya kata-kata yang kita gunakan.

Salah satu dari beberapa alasan yang dikemukakan oleh Richard L. Weaver II (1993) bahwa kata-kata pada umunya memicu salah satu sekumpulan alat indra seperti pendengaran, sedangkan komunikasi nonverbal dapat memicu sejumlah alat indera seperti penglihatan, penciuman, perasaan untuk menyebutkan beberapa. Dengan sejumlah alat indra yang terangsang tampaknya orang akan merespons isyarat-isyarat nonverbal secara emosional, sedangkan reaksi mereka kepada hanya kata-kata lebih bersifat rasional. Hal yang sama dapat dibuat orientasi bagi otak kanan dan otak kiri. Nonverbal cenderung lebih kepada otak kanan yang bersifat afektif dan emosional.Kata-kata cenderung lebih kepada otak kiri yang bersifat kognitif dan rasional.[14]

b. Fungsi Komunikasi Non Verbal

Menurut Verderber et al. (2007) komunikasi non verbal memiliki lima fungsi sebagai berikut:

[14] Muhammad Budyatna dan Leila Mona Ganiem, *Teori Komunikasi Antar Pribadi*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), hlm. 110

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Melengkapi informasi, kebanyakan informasi atau isi sebuah pesan disampaikan secara non verbal. Isyarat-isyarat non verbal kita dapat mengulang, mensubstitusi, menguatkan atau mempertentangkan pesan verbal kita. Kita dapat menggunakan isyarat-isyarat non verbal untuk mengulangi apa yang telah kita katakan secara verbal. Apabila anda mengatakan "tidak" dan menggelengkan kepala anda pada saat yang sama, anda telah menggunakan isyarat non verbal untuk mengulang apa yang telah anda katakan secara verbal.
2) Mengatur interaksi, mengelola sebuah interaksi melalui cara-cara yang tidak kentara dan kadang-kadang melalui isyarat non verbal yang jelas. Seseorang biasanya menggunakan perubahan atau pergeseran dalam kontak mata, gerakan kepala yang perlahan, bergeser dalam sikap badan, mengangkat alis, menganggukkan kepala memberitahukan pihak lain kapan boleh melanjutkan, mengulang, menguraikan, bergegas, atau berhenti.
3) Mengekspresikan atau menyembunyikan emosi dan perasaan, secara alternative seseorang dapat menggunakan perilaku non verbal untuk menutupi perasaan yang sebenarmya. Namun demikian, lebih sering daripada tidak, seseorang menunjukkan emosi yang sebenarnya secara non verbal daripada menjelaskan emosi dengan kata-kata. Ada kalanya seseorang mencoba menyembunyikan emosi dan perasaannya, tetapi secara tidak sengaja suka bocor atau terbaca

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang. Muka merah karena malu merupakan contoh yang terbaik berupa penampilan yang kurang hati-hati mengenai emosi.

4) Menyajikan sebuah citra, manusia mencoba menciptakan kesan mengenai dirinya melalui cara-cara dia tampil dan bertindak. Kebanyakan pengelolaan kesan terjadi melalui saluran non verbal. Manusia dapat secara hati-hati mengembangkan citra melalui pakaian, merawat diri, perhiasan, dan milik pribadi lainnya. Orang tidak hanya menggunkana komunikasi non verbal untuk mengomunikasikan citra pribadi, tetapi dua orang dapat menggunakan isyarat-isyarat non verbal untuk menyajikan citra atau identitas hubungan.
5) Memperlihatkan kekuasaan dan kendali, banyak perilaku non verbal merupakan isyarat dari kekuasaan, telepas dari apakah mereka bermaksud menunjukkan kekuasaan dan kendali.[15]

c. Bentuk Komunikasi Non Verbal

Meskipun belum ada kesepakatan mengenai klasifikasi pesan non verbal, mengelompokkan ke dalam proksemik, artifaktual, *paralinguistic*, *haptic* (sentuhan), *kinesick* (gerak tubuh).[16]

1) Proksemik

Proksemik atau bahasa ruang, yaitu jarak yang dgunakan ketika berkomunikasi dengan orang lain, termasuk juga tempat atau

[15] Ibid., hlm. 115-118
[16] Alo Liliweri, Komunikasi Verbal dan Non Verbal, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2011), hlm. 53.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lokasi posisi peserta komunikasi berada. Pengaturan jarak menentukan seberapa jauh atau seberapa dekat tingkat keakraban seseorang dengan orang lain, menunjukkan seberapa besar penghargaan, suka atau tidak suka dan perhatian seseorang terhadap orang lain, selain itu juga menunjukkan simbol sosial. Dalam ruang personal, dapat dibedakan menjadi 4 ruang interpersonal.[17]

a) Jarak Intim

Jarak dari mulai bersentuhan sampai jarak satu setengah kaki. Bisaanya jarak ini untuk bercinta, melindungi, dan menyenangkan.

b) Jarak Personal

Jarak yang menunjukkan perasaan masing-masing pihak yang berkomunikasi dan juga menunjukkan keakraban dalam suatu hubungan, jarak ini berkisar antara satu setengah kaki sampai empat kaki.

c) Jarak Sosial

Dalam jarak ini pembicara menyadari betul kehadiran orang lain, karena itu dalam jarak ini pembicara berusaha tidak mengganggu dan menekan orang lain, keberadaannya terlihat dari pengaturan jarak antara empat kaki hingga dua belas kaki.

[17] Dianata Putra Eka, Membaca Pikiran Orang Lewat Bahasa Tubuh, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2008), hlm. 72.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) Jarak Publik

Jarak publik yakni berkisar antara dua belas kaki sampai tak terhingga. Proksemik adalah studi tentang sistematika keterlibatan seseorang dalam pergaulan seharihari. Definisi tersebut sekaligus menggambarkan bahwa studi tentang ruang atau jarak berkaitan erat dengan interaksi antar manusia yang berlandaskan pada ciri-ciri budaya tertentu. Umumnya, dengan mengatur jarak, mengungkapkan keakraban dengan orang lain.

2) Artifaktual

Pesan artifaktual adalah pesan yang diungkapkan melalui penampilan fisik. Sebagai contohnya, anggota SFCK seringkali berpakaian kaos seragam yang sengaja dibuat perkelompok, agar ketika dijalan sesama anggota SFCK bisa saling mengenal.

3) Paralinguistik

Paralinguistik adalah unsur non verbal dalam suatu ucapan, yaitu cara berbicara. Ilmu yang mempelajari hal ini disebut paralinguistik. Paraluinguistik disebut juga perilaku pesan melalui isyarat-isyarat verbal vocal. Satu pesan verbal yang sama dapat memberikan arti berbeda jika diucapkan dengan cara yang berlainan.

4) Haptic

Haptic adalah cara berkomunikasi menggunakan sentuhan. Komunikasi cara ini digunakan dalam sejumlah konteks, namun bisa juga menimbulkan bahaya apabila tidak berhati-hati dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakannya. Karena dalam keadaan tertentu dan oleh orang tertentu, sentuhan dapat diartikan sebagai serangan. Namun sentuhan juga sering kali diartikan sebagai keakraban, perilaku dominasi atau persahabatan.Tergantung pada konteks serta siapa menyentuh siapa, bagaimana, dan kapan melakukan sentuhan itu.

5) Kinesics

Perlu diketahui dan dimengerti bagaimana gerak tubuh dipergunakan dalam komunikasi non verbal. Tanpa observasi sekalipun, ternyata setiap gerakan tubuh mengkomunikasikan fungsi tertentu. Ekman dan Friesen mengelompokkan *kinesics* menjadi lima, yaitu *emblem, illustrator, affect display, regulator, dan adaptor.*

a) Emblem

Emblem atau lambang merupakan terjemahan pesan non verbal yang melukiskan suatu makna bagi suatu kelompok sosial. Emblem menggantikan katakata. Sebagai contohnya, mengacungkan jempol ke atas sebagai tanda persetujuan atau pujian.

b) Ilustrator

Ilustrator merupakan tanda-tanda non verbal dalam komunikasi. Tanda ini merupakan gerakan anggota tubuh yang menyertai perkataan untuk menciptakan pesan visual yang mendukung, menjelaskan, atau memperkuat isi pesan. Biasanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

illustrator ini berasal dari alam bawah sadar. Misalnya anggota SFCK yang menyapa anggota SFCK lainnya dijalan dengan kalimat verbal “PLUR” dengan melambaikan 2 jari.

c) Adaptor

Adaptor merupakan gerakan anggota tubuh yang bersifat spesifik. Pada mulanya, gerakan ini berfungsi untuk menyebarkan atau memebagi ketegangan anggota tubuh. Misalnya meliuk-liukkan tubuh, memulas tubuh, menggaruk kepala, atau loncatan kaki. Namun adaptor kemudian juga berfungsi sebagai indikator suasana hati, dan kita tidak bisa mengontrolnya secara sadar. Karenanya, adaptor digunakan sebagai alat pengukur terbaik untuk mengetahui perasaan seseorang yang sebenarnya. Misalnya, menggaruk-garuk kepala untuk menunjukkan kebingungan. Menjabat tangan seseorang dengan dua kali jabatan sebagai tanda keakraban atau persahabatan.

d) Regulator

Gerakan regulator berhubungan dengan fungsi dari kemampuan berbicara atau mendengarkan yang dimiliki, yakni untuk mengarahkan, mengawasi, dan mengordinasi interaksi dengan seksama. Regulator merupakan tanda utama yang bersifat interaktif, bentuknya ikonik dan intrinsic. Sebagai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

contoh, menganggukkan kepala sebagai tanda telah memahami maksud pembicaraan lawan.

e) Affect Display

Perilaku *affect display* selalu menggambarkan perasaan dan emosi. Gerakan-gerakan ini meliputi eksprsi wajah, isyarat yang berhubungan dengan anggota badan, postur tubuh, dan gerakan. Wajah merupakan media yang paling sering digunakan untuk menunjukkan reaksi terhadap pesan yang direspon.

4. Komunikasi Sosial dan Kegiatan Wisata

a. Pengertian Masyarakat

Masyarakat adalah suatu kelompok manusia yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, adat istiadat yang sama-sama ditaati dalam lingkungannya.[18]

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa masyarakat adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.[19]

Selain itu, banyak pula para tokoh yang mengemukakan beberapa definisi mengenai masyarakat, diantaranya :

1) R. Linton: seorang tokoh Antropologi mengemukakan bahwa masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerja sama, sehingga mereka ini dapat

[18] Arifin Noer, *Ilmu Sosial Dasar*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 1997), hlm. 85
[19] Pusat Bahasa DEPDIKNAS, Kamus Besar Bahasa Indonesia, hlm. 485

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengorganisasikan dirinya, berpikir tentang dirinya dalam satu kesatuan sosial dengan batas-batas tertentu.

2) Hasan Shadily mendefinisikan, masyarakat adalah golongan besar atau kecil dari beberapa manusia yang dengan pengaruh bertalian secara golongan dan mempunyai pengaruh kebatinan satu sama lain.[20]

Dari definisi-definisi masyarakat diatas dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa masyarakat harus memiliki syarat-syarat sebagai berikut:

1. Harus ada pengumpulan manusia dan harus banyak.
2. Telah bertempat tinggal dalam waktu yang lama.
3. Adanya peraturan atau undang-undang yang mengatur mereka untuk menuju kepada kepentingan dan tujuan bersama.

b. Karakteristik Masyarakat Desa

Masyarakat desa selalu memiliki ciri-ciri atau dalam hidup bermasyarakat, yang biasanya tampak dalam perilaku keseharian mereka. Pada situasi dan kondisi tertentu, sebagian karakteristik dapat digeneralisasikan pada kehidupan masyarakat desa di Jawa. Namun demikian, dengan adanya perubahan sosial religius dan perkembangan era informasi dan teknologi, terkadang sebagian karakteristik tersebut sudah "tidak berlaku". Berikut ini disampaikan sejumlah karakteristik

[20] Harwantiyoko dan Neljte F. Katuuk, *MKDU Ilmu Sosial Dasar*, (Jakarta: Gundar, 1992), hlm. 146

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat desa, yang terkait dengan etika dan budaya mereka, yang bersifat umum yang selama ini masih sering ditemui.

1) Sederhana

   Sebagian besar masyarakat desa hidup dalam kesederhanaan. Kesederhanaan ini terjadi karena dua hal:

   a) Secara ekonomi memang tidak mampu
   b) Secara budaya memang tidak senang menyombongkan diri

2) Mudah curiga

   Secara umum, masyarakat desa akan menaruh curiga pada:

   a) Hal-hal baru di luar dirinya yang belum dipahaminya
   b) Seseorang/sekelompok yang bagi komunitas mereka dianggap "asing"

3) Menjunjung tinggi "*unggah-ungguh*"

   Sebagai "*orang timur*", orang desa sangat menjunjung tinggi kesopanan atau "*unggah-ungguh*" apabila:

   a) Bertemu dengan tetangga
   b) Bertemu dengan pejabat
   c) Berhadapan dengan orang yang lebih tua/dituakan
   d) Berhadapan dengan orang yang lebih mampu secara ekonomi
   e) Berhadapan dengan orang yang tinggi tingkat pendidikannya

4) *Guyub*, kekeluargaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sudah menjadi karakteristik khas bagi masyarakat desa bahwa suasana kekeluargaan dan persaudaraan telah "mendarah-daging" dalam hati sanubari mereka.

5) Lugas

"Berbicara apa adanya", itulah ciri khas lain yang dimiliki masyarakat desa. Mereka tidak peduli apakah ucapannya menyakitkan atau tidak bagi orang lain karena memang mereka tidak berencana untuk menyakiti orang lain. Kejujuran, itulah yang mereka miliki.

6) Tertutup dalam hal keuangan

Biasanya masyarakat desa akan menutup diri manakala ada orang yang bertanya tentang sisi kemampuan ekonomi keluarga. Apalagi jika orang tersebut belum begitu dikenalnya. Katakanlah, mahasiswa yang sedang melakukan tugas penelitian survei pasti akan sulit mendapatkan informasi tentang jumlah pendapatan dan pengeluaran mereka.

7) Perasaan "*minder*" terhadap orang kota

Satu fenomena yang ditampakkan oleh masyarakat desa, baik secara langsung maupun tidak langsung ketika bertemu/bergaul dengan orang kota adalah perasaan mindernya yang cukup besar. Biasanya mereka cenderung untuk diam/tidak banyak omong.

8) Menghargai ("*ngajeni*") orang lain

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Masyarakat desa benar-benar memperhitungkan kabaikan orang lain yang pernah diterimanya sebagai "*patokan*" untuk membalas budi sebesar-besarnya. Balas budi ini tidak selalu dalam wujud material tetapi juga dalam bentuk penghargaan sosial atau dalam bahasa Jawa biasa disebut dengan "*ngajeni*".

9) Jika diberi janji, akan selalu diingat

Bagi masyarakat desa, janji yang pernah diucapkan seseorang /komunitas tertentu akan sangat diingat oleh mereka terlebih berkaitan dengan kebutuhan mereka. Hal ini didasari oleh pengalaman/trauma yang selama ini sering mereka alami, khususnya terhadap janji-janji terkait dengan program pembangunan di daerahnya. Sebaliknya bila janji itu tidak ditepati, bagi mereka akan menjadi "luka dalam" yang begitu membekas di hati dan sulit menghapusnya.

10) Suka gotong-royong

Salah satu cirikhas masyarakat desa yang dimiliki di hampir seluruh kawasan Indonesia adalah gotong-royong atau kalau dalam masyarakat Jawa lebih dikenal dengan istilah "s*ambatan*". Uniknya, tanpa harus dimintai pertolongan, serta merta mereka akan "*nyengkuyung*" atau bahu-membahu meringankan beban tetangga yang sedang punya "*gawe*" atau hajatan. Mereka tidak memperhitungkan kerugian materiil yang dikeluarkan untuk mebantu orang lain. Prinsip mereka: "*rugi sathak, bathi sanak*".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yang kurang lebih artinya: lebih baik kehilangan materi tetapi mendapat keuntungan bertambah saudara.

11) Demokratis

Sejalan dengan adanya perubahan struktur organisasi di desa, pengambilan keputusan terhadap suatu kegiatan pembangunan selalu dilakukan melalui mekanisme musyawarah untuk mufakat. Dalam hal ini peran BPD (Badan Perwakilan Desa) sangat penting dalam mengakomodasi pendapat/input dari warga.

12) Religius

Masyarakat pedesaan dikenal sangat religius. Artinya, dalam keseharian mereka taat menjalankan ibadah agamanya. Secara kolektif, mereka juga mengaktualisasi diri ke dalam kegiatan budaya yang bernuansa keagamaan. Misalnya: tahlilan, rajaban, Jumat Kliwon dll.[21]

c. Pengembangan Tempat Wisata

Pengembangan merupakan suatu proses, cara, perbuatan menjadikan sesuatu menjadi lebih baik, maju, sempurna dan berguna.[22] Pengembangan merupakan suatu proses/aktivitas memajukan sesuatu yang dianggap perlu untuk ditata sedemikian rupa dengan meremajakan atau memelihara yang sudah berkembang agar menjadi lebih menarik dan berkembang. Pengembangan pariwisata yaitu usaha untuk meningkatkan

[21] https://prayudi.staff.uii.ac.id/2008/09/22/karakteristik-masyarakat-desa/ diakses pada 15Januari 2017

[22] Alwi Hasan dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta : Departemen Pendidikan Nasional, 2005) 538

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau melengkapi fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan oleh para wisatawan agar merasa nyaman saat berada di tempat wisata.

Istilah pariwisata berasal dari Bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu *pari* dan *wisata. Pari* berarti berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan *wisata* berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang.[23]

Wisata mengandung unsur-unsur yaitu kegiatan perjalanan, dilakukan secara sukarela, bersifat sementara, dan perjalanan itu seluruhnya atau sebagain bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan (pasal 1), yaitu :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah

[23] Oka A. Yoeti, *Ilmu Pariwisata : Sejarah, Perkembangan, dan Prospeknya* (Jakarta : Penerbit Pertja, 1996) 112

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan
5. Usaha Parisiwata adalah segala usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata
6. Kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan
7. Wisata Kesehatan adalah perjalana seseorang wisatawan dengan tujuan tertentu untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi pekenyingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat peristirahatan, seperti mata air panas yang mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.

Menurut ahli Andi Mappi objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu:[24]

[24] Andi Mappi Sammeng, *Cakrawala Pariwisata*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm. 30-33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Obyek wisata alam, seperti: laut, gunung, pantai, danau, cagar alam, dan lain-lain.
2. Obyek wisata budaya, seperti: tari tradisional, musik tradisional, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan, museum dan lain-lain.
3. Obyek wisata buatan, seperti: taman bermain, taman kota, taman rekreasi dan lain-lain.

Dalam membangun obyek wisata tersebut haruslah memperhatikan keadaan sosial, ekonomi, budaya, nilai-nilai agama, adat istiadat serta objek wisata itu sendiri.

Menurut UU No. 9 Tahun 1990 disebutkan bahwa obyek dan daya tarik wisata terdiri dari :

1. Obyek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna
2. Obyek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah, wisata agro, wisata tirta, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Berdasarkan hal diatas maka obyek wisata dapat diklasifikasikan menjadi dua macam wisata yaitu wisata alam dan wisata bauatan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manusia. Perkembangan suatu daerah menjadi destinasi wisata dipengaruhi oleh beberapa pernyataan penting, yaitu:[25]

1. *Attractive to client* (menarik pengunjung)
2. *Facilities and attractions* (fasilitas dan daya tarik)
3. *Geographic location* (lokasi geografis)
4. *Transport link* (tersedianya transportasi)
5. *Political stability* (stabilitas politik)
6. *Healthy environment* (lingkungan yang sehat)
7. *No government restriction* (tidak ada larangan pemerintah)

Atraksi (obyek dan daya tarik) merupakan suatu komponen yang sangat penting karena atraksi merupakan faktor penyebab utama alasan seorang wisatawan mengunjungi suatu daerah tujuan wisata.

Menurut Oka A. Yoeti ada tiga komponen yang dianggap sangat penting antara yang satu dengan yang lain saling melengkapi dalam industri pariwisata yaitu:[26]

1. The Accessibilities of the Destination

   Semua faktor yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk dapat berkunjung pada suatu DTW (Daerah Tujuan Wisata) seperti :

   a) Tersedianya prasarana seperti pelabuhan, jalan, jembatan dan terminal

[25] I Gde Pitana dan Putu G. Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2005), hlm. 101
[26] Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Bandung : Angkasa, 1998), hlm. 113

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Adanya angkutan wisata

c) Adanya penetapan tarif angkatan dan promosi penjualan paket wisata

2. The Facilities of the Destination

Semua faktor yang dapat memberi atau melayani kebutuhan wisatawan jika sudah datang pada suatu DTW seperti :

a) Penginapan atau hotel dan bentuk akomodasi lainnya

b) Rumah makan

c) Pusat hiburan dan sarana rekreasi lainnya

d) Pusat perbelanjaan atau toko-toko cinderamata

3. The Tourist Attractions of the Destination

Semua yang menjadi daya tarik mengapa wisatawan datang berkunjung pada suatu DTW tertentu seperti :

a) *Natural resources* seperti flora dan fauna, keindahan alam (*natural beauty*), pegunungan, pantai, danau, air terjun, dan sebagainya.

b) *Cultural resources* seperti situs-situs peningalan sejarah, bangunan-bangunan purbakala, candi, pura, monumen, kolesium, muselium, adat istiadat, dan lain-lain.

c) *Theme Park* seperti Dineyland, Taman Impian Jaya Ancol, dan sebagainya.

Pengembangan pariwisata bertujuan untuk memberikan keuntungan baik itu keuntungan bagi wisatawan maupun keuntungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagi masyarkat setempat. Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan manfaat bagi wisatawan maupun masyarakat setempat. Bagi masyarakat setempat manfaatnya dalam hal ekonomi, sosial dan budaya. Namun, jika dalam pengembangannya itu tidak dipersiapkan dan dikelola dengan sangat baik maka dapat juga menimbulkan berbagai permasalahan yang merugikan wisatawan ataupun masyarakat. Maka dari itu untuk menjamin supaya pariwisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat bagi wisatawan maupun masyarakat maka perlu pengkajian secara mendalam terhadap semua sumber dan daya pendukungnya.

Pengembangan kepariwisataan tidak luput dari pembangunan berkelanjutan, menurut Undang-Undnag No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan pasal 5 menyatakan bahwa Pembangunan Obyek dan Daya Tarik Wisata dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola, dan membuat obyek-obyek baru sebagai obyek dan daya tarik wisata kemudian pasal 6 menyatakan bahwa pembangunan obyek dan daya tarik wisata dilakukan dengan memperhatikan :

1. Kemampuan untuk mendorong peningkatan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya
2. Nilai-nilai agama, adat-istiadat, serta pendangan dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat
3. Kelestarian budaya dan lingkungan hidup
4. Kelangsungan pariwisata itu sendiri

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam penelitian ini pengembangan wisata di Obyek Wisata Pantai Dalegan dengan keindahan alam yang dimiliki berupa keindahan pantai serta pasir putihnya. Daya tarik wisata merupakan kekuatan untuk mendatangkan wisatawan. Suatu objek mempunyai potensi untuk menjadi daya tarik wisatawan atau tempat wisata, tetapi untuk membentuk objek tersebut agar memiliki daya tarik maka diperlukan unsur-unsur yang lain seperti aksesibilitas dan fasilitas penunjang serta lingkungan sekitar objek tersebut mendukungnya.

Berdasarkan perilaku wisatawan pada suatu daerah tertentu ada dua macam wisatawan yaitu:[27]

1. *Sunlut Tourist* adalah wistawan yang berkunjung ke suatu daerah dengan tujuan untama untuk beristirahat atau relaksasi, sehingga mereka pada umumnya mengunjungi tempat wisata dengan mengaharapkan keadaan iklim, fasilitas, dan makanan yang sesuai dengan standar daerahnya.
2. *Wonderlust Tourist* adalah wisatawan yang perjalanan wisatanya didororng oleh motivasi untuk mendapatkan pengalaman baru, mengetahui kebudayaan baru, ataupun mengagumi keindahan alam yang belum pernah dilihat. Mereka tertarik kepada tempat wisata yang menampilkan keunikan budaya atau pemandangan alam.

[27] Gde Pitana dan Putu G. Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2005), hlm. 56

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada dasarnya kunjungan wisatawan merupakan kunjungan untuk mencari kesenangan dan kepuasan sehingga harus didukung oleh ketersediaan akomodasi yang memadai. Wisatawan cenderung akan tertarik dengan fasilitas akomodasi yang lengkap yang bisa mendukung aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan dan kenyamanan juga perlu diperhatikan agar wisatawan merasa senang dan puas dengan tempat wisata yang dikunjungi.

Menurut Ryan dalam Pitana dan Gayatri menyebutkan beberapa faktor pendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata yaitu :

1. *Escape*. Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari
2. *Relaxation*. Keinginan untuk penyegaran, yang juga berhubungan dengan motivasi melepaskan kejenuhan atas aktivitas sehari-hari
3. *Play*. Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan, yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan dan melepas diri sejenak dari berbagai urusan yang serius
4. *Strengthening family bonds*. Ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks melakukan perjalanan wisata bersama-sama, karena kebersamaan sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari
5. *Prestige*. Untuk menunjukkan gengsi dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau derajat sosial

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. *Social interaction.* Untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat, atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi
7. *Romance.* Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis atau untuk memenuhi kebutuhan seksual
8. *Educational opportunity.* Keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain atau daerah lain, atau mengetahui kebudayaan etnis lain
9. *Self-fulfilment*. Keinginan untuk menemukan diri sendiri karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru
10. *Wisha-fulfilment*. Keingina untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang lama telah dicita-citakan sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat agar bisa melakukan perjalanan.

Pariwisata merupakan komoditas yang dibutuhkan oleh setiap individu. Alasannya karena aktivitas berwisata bagi seorang individu dapat meningkatkan daya kreatif, mneghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, berbelanja, bisnis, mengetahui peninggalan sejarah dan budaya suatu etnik tertentu, kesehatan dan pariwisata spiritualisme. Dengan didukung waktu luang maka aktivitas kepariwisataan akan semakin meningkat. Oleh karena itu program pengembangan obyek wisata merupakan hal yang sangat penting demi meningkatnya kualitas obyek wisata dan meningkatnya jumlah pengunjung yang berkunjung ke tempat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wisata tersebut. Pengembangan pariwisata sendiri tidak lepas dari usaha pembangunan, pengembangan pariwisata adalah suatu bentuk pembangunan dari yang belum ada menjadi ada, dan yang sudah ada menjadi lebih baik dan berkualitas sehingga akan berdampak ke hal-hal yang positif baik itu untuk masyarakat sekitar maupun untuk wisatawan.

B. Kajian Teori

Teori Interaksi Simbolik

Paham mengenai interaksi simbolis (*symbolic interactionism*) adalah suatu cara berpikir mengenai pikiran (*mind*), diri dan masyarakat yang telah memberikan banyak kontribusi kepada tradisi sosiokultural dalam membangun teori komunikasi. Dengan menggunakan sosiologi sebagai fondasi, paham ini mengajarkan bahwa ketika manusia berinteraksi satu sama lainnya, mereka saling membagi makna untuk jangka waktu tertentu dan untuk tindakan tertentu.

George Herbert Mead dipandang sebagai pembangun paham interkasi simbolis ini. Ia mengajarkan bahwa makna muncul sebagai hasil interaksi diantara manusia baik secara verbal maupun non verbal. Melalui aksi dan respons yang tejadi, seseorang memberikan makna ke dalam kata-kata atau tindakan, dan karenanya seseorang tersebut dapat memahami suatu peristiwa dengan cara-cara tertentu. Menurut paham ini, masyarakat muncul dari percakapan yang saling berkaitan di antara individu.

Menurut paham interaksi simbolis, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tetentu mengenai diri yang berupaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjawab pertanyaan siapakah Anda sebagai manusia? Manford Kuhn menempatkan peran diri sebagai pusat kehidupan sosial. Menurutnya, rasa diri seseorang merupakan jantung komunikasi. Diri merupakan hal yang sangat penting dalam interaksi. Seorang anak bersosialisasi melalui interaksi dengan orang tua, saudara, dan masyarakat sekitarnya. Orang memahami dan berhubungan berbagai hal atau obyek melalui interaksi sosial.

Suatu obyek dapat berupa aspek tetentu dari realitas individu apakah itu suatu benda, kualitas, peristiwa, situasi atau keadaan. Satu-satunya syarat agar sesuatu menjadi obyek adalah dengan cara memberikannya nama dan menunjukkannya secara simbolis. Dengan demikian suatu obyek memiliki nilai sosial sehingga merupakan obyek sosial (*social objects*). Menurut pandangan ini, realitas adalah totalitas dari obyek sosial dari seorang individu. Bagi Kuhn, penamaan obyek adalah penting guna menyampaikan makna suatu obyek.[28]

Menurut Wirawan[29] secara umum, ada enam proporsi yang dipakai dalam konsep interaksi simbolik, yaitu:

1) Perilaku manusia mempunyai makna di balik yang menggejala;
2) Pemaknaan kemanusiaan perlu dicari sumber pada interaksi sosial manusia;
3) Masyarakat merupakan proses yang berkembang holistik, tak berpisah, tidak linier dan tidak terduga;

[28] Morrisan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm. 110-111.
[29] Wirawan, *Teori-teori Sosial dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Definisi Sosial dan Perilaku Sosial)*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hlm. 114.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Perilaku manusia itu berlaku berdasar penafsiran fenomenologik, yaitu berlangsung atau maksud, pemaknaan dan tujuan, bukan didasarkan atas proses mekanik dan otomatis;
5) Konsep mental manusia itui berkembang dialektik; dan
6) Perilaku manusia itu wajar dan kontruktif reaktif.

Dalam bukunya George Ritzer dan Douglas J. Goodman[30] Mead adalah pemikir yang sangat penting dalam sejarah interaksionisme (Joas, 2001) simbolik dan bukunya yang berjudul *Mind, Self dan Society* adalah karya tunggal yang amat penting dalam tradisi itu.

a. Pikiran (*Mind*)

Pikiran, yang didefinisikan Mead sebagai proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, tidak ditemukan di dalam diri individu; pikiran adalah fenomena sosial. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian integral dari proses sosial. Proses sosial mendahului pikiran, proses sosial bukanlah produk dari pikiran. Jadi, pikiran juga didefinisikan secara fungsional ketimbang secara substantif. Adakah kekhususan dari pikiran? Manusia mempunyai kemampuan khusus untuk memunculkan respon dalam dirinya sendiri. Karakteristik istimewa dari pikiran adalah kemampuan individu untuk "memunculkan dalam dirinya sendiri tidak hanya satu respon saja, tetapi juga respon komunitas secara keseluruhan". Itulah yang kita namakan pikiran. Melakukan sesuatu berarti memberi respon terorganisir tertentu; dan bila seseorang mempunyai respon

[30] George Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 271.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itu di dalam dirinya, ia mempunyai apa yang kita sebut pikiran. (Mead, 1934/1962:267). Dengan demikian pikiran dapat dibedakan dari konsep logis lain seperti konsep ingatan dalam karya Mead melalui kemampuannya menanggapi komunitas secara menyeluruh dan mengembangkan tanggapan terorganisir.

Mead juga melihat pikiran secara pragmatis. Yakni, pikiran melibatkan proses berpikir yang mengarah pada penyelesaian masalah. Dunia nyata penuh dengan masalah dan fungsi pikiranlah untuk mencoba menyelesaikan masalah dan memungkinkan orang beroperasi lebih efektif dalam kehidupan.

b. Diri (*Self*)

Pada dasarnya diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah obyek. Diri adalah kemampuan khusus untuk menjadi subyek maupun obyek. Diri mensyaratkan proses sosial: komunikasi antarmanusia. Binatang dan bayi yang baru lahir tak mempunyai jati diri. Diri muncul dan berkembang melalui aktifitas dan antara hubungan sosial. Menurut Mead adalah mustahil membayangkan diri yang muncul dalam ketiadaan pengalaman sosial. Tetapi, segera setelah diri berkembang, ada kemungkinan baginya untuk terus ada tanpa kontak sosial.

Diri berhubungan secara dialektis dengan pikiran. Artinya, di satu pihak Mead menyatakan bahwa tubuh bukanlah diri dan baru akan menjadi diri bila pikiran telah bekembang. Di lain pihak, diri dan refleksitas adalah penting bagi perkembangan pikiran. Memang mustahil untuk memisahkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pikiran dan diri karena diri adalah proses mental. Tetapi, meskipun kita membayangkannya sebagai proses mental, diri adalah sebuah proses sosial. Dalam bahasannya mengenai diri, Mead menolak gagasan yang meletakkannya dalam kesadaran dan sebaliknya meletakkannya dalam pengalaman sosial dan proses sosial.

c. Masyarakat (*Society*)

Pada tingkat paling umum, Mead menggunakan istilah masyarakat (*society*) yang berarti proses sosial tanpa henti yang mendahului pikiran dan diri. Masyarakat penting perannya dalam membentuk pikiran dan diri. Di tingkat lain, menurut Mead, masyarakat mencerminkan sekumpulan tanggapan teorganisir yang diambil alih oleh individu dalam bentuk "aku" (*me*). Menurut pengertian individual ini masyarakat memengaruhi mereka, memberi mereka kemampuan melalui kritik-diri, untuk mengendalikan diri mereka sendiri. Mead juga menjelaskan evolusi masyarakat. Namun, ia sedikit sekali berbicara tentang masyarakat meski masyarakat menempati posisi sentral dalam sistem teorinya. Sumbangan terpenting Mead tentang masyarakat, terletak dalam pemikirannya mengenai pikiran dan diri. Bahkan John Baldwin yang melihat banyaknya komponen kemasyarakatan (makro) dalam pemikiram Mead, terpaksa mengakui: "komponen makrosistem teori Mead tak sama baik perkembangannya dengan komponen mikro" (1986:123).[31]

[31] Ibid., hlm. 280-287.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id