BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pariwisata merupakan sektor andalan perolehan devisa non-migas dalam pembangunan nasional. Menurut John Naisbitt, pada abad ke-21 pariwisata akan menjadi *Globalitation of the World's Largest Industri* dengan jumlah kunjungan wisata global sebanyak 1.004 juta orang di tahun 2010 dengan jumlah perolehan devisa sebesar US$ 3,4 triliun. Pada tahun 2010 investasi sektor pariwisata akan mencapai kurang lebih 10, 7% dari jumlah permodalan dunia. Investasi sebanyak itu akan menyedot SDM pariwisata sebanyak 204 juta orang dan kalau ini dapat terealisasi berarti bahwa pada waktunya nanti 1 diantara 9 orang akan bekerja disektor wisata.

Oleh karena itu pariwisata akan menjadi komoditi pengganti yang menjanjikan dikemudian hari. Dengan demikian devisa negara yang selama ini 70%-80 % diperoleh dari sektor minyak bumi dan gas, akan diganti oleh sektor pariwisata. Hal ini tidak lain disebabkan wisata global yang selalu meningkat dari waktu kewaktu. Seperti yang tertuang dalam Intruksi Presiden RI Nomor 9 Tahun 1969, BAB 1 pasal 2, disebutkan bahwa pengembangan pariwisata bertujuan untuk:[1]

1. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya.

[1] www.legislasi.mahkamagagung.go.id Diakses pada tanggal 20 Maret 2012 jam 9.00 WIB

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

2. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
3. Meningkatkan persaudaraan atau persahabatan Nasional dan Internasional.

Pemerintah sendiri menempatkan pariwisata sebagai lahan subur yang perlu digali dan dikembangkan. Hal ini tertuang dalam GBHN, TAP MPR RI No, IV / MPR/1990.[2]

> "Mengembangkan pariwisata melalui pendekatan sistem yang utuh dan terpadu bersifat interdisipliner dan partisipatoris dengan menggunakan kriteria ekonomis teknis, argonomis, sosial-budaya, hemat energi, melestarikan alam dan tidak merusak lingkungan".

Di Indonesia bidang Pariwisata telah memerankan dengan nyata dalam kontribusinya terhadap kehidupan ekonomi, sosial dan budaya bangsa. Meskipun sektor wisata sangat menjanjikan, namun bagi daerah yang baru mengolah potensi wisatanya, pekerjaan ini tidaklah mudah. Hal ini tentu saja di dukung oleh manajemen yang profesional dan kerjasama yang baik antara masyarakat dan pihak pengelola dengan Dinas terkait.

Sedikit mengulas tentang kabupaten Sumenep. **Kadipaten Sumenep** (Atau sering dikenal sebagai *Kadipaten Madura*), adalah sebuah monarki yang pernah menguasai seluruh Pulau Madura. Selama bertahun-tahun, kadipaten ini diperintah oleh bangsawan elit Madura. Status monarki turun menjadi kepangeranan ketika masa pemerintahan Sultan Agung dari Mataram. Kemudian, kedudukan Dinasti Cakraningrat hanya sebagai *regent* di Madura pada masa pemerintahan Belanda. Dalam perjalanannya sudah ada 35

---

[2] *Ibid*

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

raja yang pernah memimpin Sumenep. Maka, tak heran jika banyak situs – situs sisa peninggalan kejaraan Sumenep, termasuk keratonnya.[3]

Seperti halnya Keraton – keraton di Jawa, budaya halus dan tatakrama yang sopan serta bahasa sehari – hari yang santun juga menjadi identitas budaya, baik di seputar lingkungan keraton Sumenep khususnya, maupun di lingkungan masyarakat Sumenep pada umumnya, tak heran jika banyak orang menjuluki Sumenep sebagai *"Solo of Madura"*.

Museum Keraton Sumenep merupakan objek wisata utama Sumenep. Lokasinya yang strategis dan berada di tengah kota mudah untuk dijangkau dengan jalan kaki atau naik becak dari kawasan hotel – hotel di Jalan Trunojoyo. Tepatnya berada di desa Jagalan.

Seperti kegiatan wisata museum umumnya, wisatawan dapat mengetahui berbagai informasi mengenai perjalanan panjang sejarah Keraton Sumenep. Selain memperoleh pengetahuan sejarah masa awal Keraton Sumenep hingga masa kini dalam nuansa bangunan dan lingkungan bangunan yang berakulurasi dengan indahnya, wisatawan juga dapat menikmati setiap koleksi yang ada di Museum, serta bisa menyusuri Keraton untuk melihat kondisi di dalam dan luarnya.

Tarif untuk masuk ke dalam museum tergolong sangat murah untuk 1 tiket masuk Rp.1000,00 (Dewasa), Rp.500,00 (anak-anak). Selain itu para petugas hingga *guide* Keraton sangat ramah dan selalu berusaha membantu para wisatawan. Di dalam museum wisatawan dapat menikmati beberapa

---

[3] Ariyanto, *Travelicious Jalan Hemat, Jajan Nikmat : Surabaya, Malang & Madura* (Yogyakarta: B-first, 2011), hlm. 136-137

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

koleksi yang dipamerkan, seperti kitab suci Al-Qur'an tulisan tangan berukuran raksasa dengan panjang 4 meter, lebar 3 meter dan berat 500 kg. Selain itu ada kereta kencana peninggalan Keraton Sumenep pada masa pemerintahan Sultan Abdurrachman (1812–1854 M) yang merupakan hadiah dari kerajaan Inggris serta beberapa koleksi peninggalan Keraton Sumenep lainnya.[4]

Keluar dari museum, wisatawan bisa langsung masuk ke Keraton Sumenep. Keraton ini dibangun pada tahun 1762 pada masa pemerintahan Panembahan Sumolo I, Keraton ini memiliki arsitektur yang sangat kompleks karena dipengaruhi oleh arsitektur Islam, China dan Eropa. Didalam Keraton, wisatawan dapat melihat pendopo agung, kamar raja dan ratu, serta Taman Sare, tempat pemandian putri Keraton yang lokasinya bagus dan asri.[5]

Perlu adanya perhatian dari Dinas terkait dalam hal ini adalah Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga kabupaten Sumenep, agar objek wisata mendapatkan pengelolaan yang baik khususnya perbaikan sarana dan prasarana. Diharapkan nantinya pariwisata mampu menjadi sektor yang memiliki manfaat dibidang ekonomi bagi masyarakat, dan mampu meningkatkan pendapatan daerah kabupaten Sumenep.

Dari tahun ke tahun wisatawan objek wisata di Kabupaten Sumenep mengalami peningkatan dan penurunan, sedangkan pada tahun 2011, jumlah wisatawan ke Museum Keraton Sumenep mengalami peningkatan, dengan

---

[4] Ariyanto, *Travelicious Jalan Hemat, Jajan Nikmat : Surabaya, Malang & Madura*, ...hlm. 142-143

[5] *Ibid*..... hlm 144

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

prosentase mencapai hingga 30%.[6] Wisatawan Museum Keraton Sumenep tidak hanya berasal dari Madura saja, namun juga ada yang berasal dari luar Madura, seperti wisatawan berasal dari Pasuruan, Jember, Situbondo, dan Bondowoso, Surabaya, Bandung, bahkan juga ada dari wisatawan mancanegara sebanyak 17 orang yang berasal dari Belgia, Australia, Jerman dan Belanda.[7]

Menurunnya jumlah pengunjung bisa disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kurang memadainya sarana dan prasarana yang ada maupun kurang optimalnya promosi yang dilakukan. Hal ini menjadi pekerjaan rumah bagi Dibudparpora, untuk dapat terus meningkatkan jumlah pengunjung atau wisatawan domestik. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah melakukan kegiatan komunikasi pemasaran. Keberadaan suatu objek wisata tidak akan dapat diketahui oleh masyarakat atau wisatawan, apabila tidak diadakan suatu komunikasi pemasaran wisata.

Dalam Industri pariwisata kegiatan komunikasi pemasaran diperlukan sebagai upaya untuk menarik minat masyarakat melakukan perjalanan wisata. Pariwisata merupakan bentuk perdagangan jasa yang juga memanfaatkan konsep bauran pemasaran dalam berhubungan dengan konsumennya yaitu wisatawan. Sebagai industri, pariwisata tidak hanya menggali bahan baku kekayaan suatu daerah melainkan memberi serta menambah lapangan dan

---

6 www.publiknasional.com dalam http://www.publiknasional.com/index.php?option=com_content&view=article&id=412:kunjungan-wisatawan-ke-sumenep-naik-30-persen&catid=36:jawa-timur di akses pada tanggal 16 April 2012 jam 14.30 WIB

7 http://bakominfo.sumenep.go.id dalam http://bakominfo.sumenep.go.id/mainx.php?smnp=Z289YmVyaXRhJnhrZD0xNTAxMw%3D%3D di akses pada tanggal 16 April 2012 jam 15.00 WIB

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

kesempatan kerja bagi anggota masyarakat dilingkungan dimana industri itu berada, seperti dalam usaha akomodasi (hotel, motel dsb) biro perjalanan dan bidang jasa lainnya.

B. Fokus Penelitian

Dari konteks penelitian di atas, peneliti memfokuskan penelitian pada, Bagaimana komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disbudparpora) kabupaten Sumenep dalam meningkatkan kunjungan wisatawan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disbudparpora) Kabupaten Sumenep dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di museum Keraton Sumenep.

D. Manfaat Penelitian

Sebuah kajian teoritis diharapkan mampu memberikan sumbangsih positif dalam upaya pengkajian yang dilakukan, tak terkecuali penelitian yang peneliti lakukan kali ini. Pada penelitian ini, peneliti berharap memberikan beberapa manfaat diantaranya :

1. Teoritis

   Diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang keilmuan komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan teori komunikasi pemasaran.

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

2. Praktis

a. Bagi Peneliti

Memberikan pengetahuan mengenai kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disbudparpora) Kabupaten Sumenep Madura. Juga tambahan pengetahuan teoritis komunikasi khususnya pada kajian komunikasi pemasaran.

b. Bagi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (instansi)

Sebagai bahan pertimbangan untuk Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam melakukan kajian ilmiah atas potensi wisata yang ada di kabupaten Sumenep, juga sebagai input atau masukan bagi pemerintah Kabupaten Sumenep dalam menyusun program serta kegiatan pembangunan pariwisata.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Table 1.1 Matrik Penelitian terdahulu

No	1	2
Nama Peneliti	**Muhammad Azmi Nikmal Ghufron**	**Berta Caturina**
Jenis Karya	Skripsi	Skripsi
Tahun Penelitian	2010	2011
Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif
Hasil Temuan Penelitian	Pengelola wisata pantai Prigi khususnya dinas pariwisata dan organisasi dibawah naungannya, melakukan promosi dengan menggunakan media iklan alternative seperti leaflet, panel bus, sarung ban, sleyer, kaos, kulit kerang dll. Penyebarannya dilakukan dengan cara yang berbeda dan bervariasi mulai dari dibagikan di jalan, melalui event, di temple, dibagikan di sekolahan, dipasang di mobil dan bus, cara ini sangat fleksibel dan menjangkau semua segmen.	Humas festival seni Surabaya mengadakan berbagai strategi dalam kegiatan atau programnya. Adapun strategi yang dilakukan yakni sosialisasi festival seni Surabaya kepada masyarakat atau publik melalui penyebaran press realese di berbagai media cetak, pers confers kepada wartawan media cetak maupun elaktronik, promosi melalui jejaring sosial (blog dan facebook), menyebar fliyer dan baliho.

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

Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui media alternative yang digunakan wisata pantai Prigi dalam menarik minat wisatawan. Untuk mengetahui bagaimana proses menjadikan media iklan alternative sebagai alat promosi dan menunjang jumlah wisatawan yang dilakukan oleh *pengelola wisata pantai Prigi.*	Untuk mengetahui dan memahami langkah-langkah komunikasi pemasaran festival seni Surabaya dalam menarik wisatawan
Perbedaan	Perbedaan antara penelitian terdahulu adalah "penggunaan media iklan alternative dalam promosi wisata pantai Prigi". Sedangkan penelitian yang saat ini peneliti lakukan lebih menekankan pada "komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (DISBUDPARPORA) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.	Perbedaan lain antara peneliti terdahulu dengan penelitian yang peneliti lakukan saat ini yang tentang "strategi komunikasi pemasaran festival seni Surabaya". Tapi lain halnya dengan penelitian yang peneliti lakukan saat ini, disini peneliti meneliti tentang "aktifitas komunikasi pemasaran DISBUDPARPORA dalam meningkatkan kunjungan wisatawan"

F. Definisi Konsep

Konsep atau pengertian, merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. Konsep adalah definisi secara singkat, dari kelompok fakta atau gejala yang menjadi pokok perhatian, jika masalah dan kerangka teoritisnya sudah jelas, sudah diketahui pula fakta yang mengenai gejala – gejala yang menjadi pokok perhatian. Dan suatu konsep sebenarnya adalah definisi secara singkat dari sekelompok fakta atau gejala itu.

Untuk lebih memudahkan dalam melakukan penelitian dan pemahaman dalam penelitian, maka perlu di buat definisi konseptual sebagai berikut:

1. Komunikasi Pemasaran

Dalam pemasaran, instansi maupun perusahaan melakukan upaya persuasif yang terkemas melakui komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran menurut William G. Nickels (1984) sebagai berikut:

> "Kegiatan Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pembeli dan penjual, dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan pemasaran serta mengarahkan pertukaran

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

agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik".[8]

Sedangkan Fandy Tjiptono mendefinisikan komunikasi pemasaran sebagai berikut:

"Aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya berupa barang maupun jasa agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan".[9]

Pemasaran menurut Philip Kotler bahwa "pemasaran adalah suatu proses sosial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya."[10]

2. Kunjungan

Pengertian kunjungan pariwisata menurut Oka A. Yoeti dalam *Tour and Travels Marketing*. Kunjungan pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat yang lain, dengan maksud bukan untuk mendirikan usaha (*bussines*) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna rekreasi atau untuk memenuhi kebutuhan yang beraneka ragam.[11]

Kunjungan dalam konteks pariwisata menurut Hengky Hermantoro dalam bukunya *"Creative – Based Tourism: Dari Wisata Rekreatif Menuju Wisata Kreatif"* adalah kedatangan seseorang dari satu daerah ke

---

[8] Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 1997) hlm 217
[9] *Ibid*..... hlm 219
[10] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian* (Jakarta: Erlangga, 1996) hlm. 5
[11] Oka A Yoeti, *Tours and Travel Management*. (Jakarta: PT.Pradnya Paramita, 2001) hlm 1-8

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

daerah lain dengan tujuan hanya sekedar *plesiran* maupun dengan tujuan untuk melakukan silaturrahmi, ziarah dan pertemuan – pertemuan lainnya.[12]

Melihat pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kunjungan merupakan sebuah ekspansi untuk mencari sumber daya alam serta bertujuan untuk mendalami kehidupan sosial budaya masyarakat yang didatangi dan menjadi bagian dari mereka.

3. Wisatawan

Ketika tujuan perjalanan semakin kompleks dan tidak hanya dengan tujuan ekspansi kekuasaan ataupun perdagangan maka dimulai istilah perjalanan wisata. Dan pelaku perjalanannya disebut sebagai "wisatawan". Pengertian wisatawan disini menjadi lebih spesifik sehingga tidak setiap pelaku perjalanan dapat dikategorikan sebagai wisatawan. Wisatawan menurut UNWTO *(United Nations World Tourism Organization)* dalam Hengky Hermantoro adalah:

> ... *"a visitors is a traveler taking a trip to main destination outside his/her usual environment for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or pleced visited"*[13]

Definisi ini sekaligus mengisyaratkan bahwa perjalanan wisata telah mulai diperhitungkan sebagai sebuah perjalanan yang mendatangkan keuntungan ekonomi bagi tempat yang dikunjunginya, sehingga UNWTO pun tidak memasukkan pelaku perjalanan yang tidak mendatangkan

---

[12] Henky Hermantoro, *Creative – Based Tourism : Dari Wisata Rekreatif Menuju Wisata Kreatif.* (Cinere Depok : Penerbit Aditri, 2011) hlm 36-37

[13] *Ibid.*..... hlm 39-41

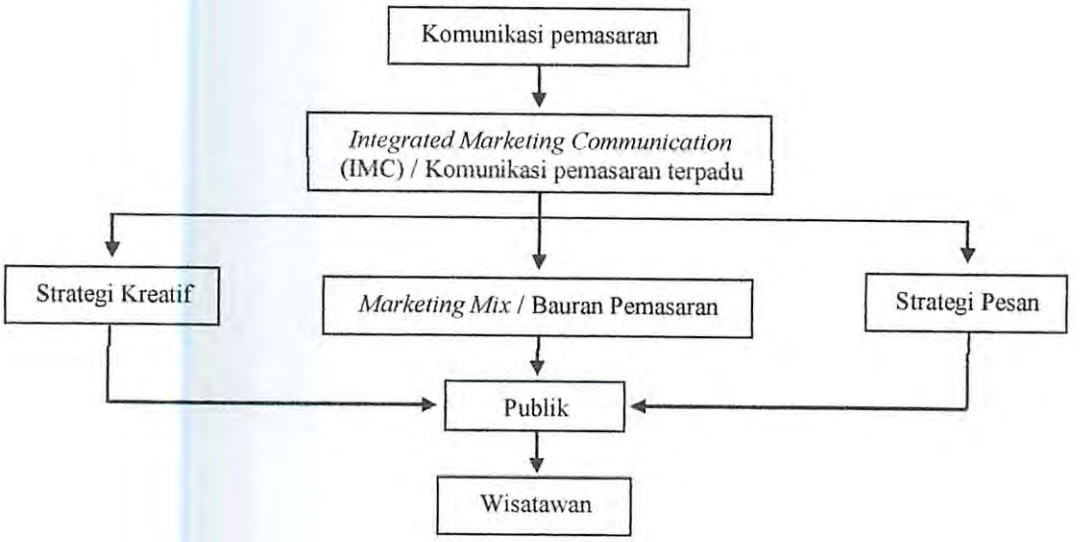
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keuntungan ekonomi dalam kunjungannya ke dalam definisi wisatawan, misalnya pekerja, awak kapal, dan pelajar.

Jadi yang dimaksud dengan Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga kabupaten Sumenep dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dalam penelitian ini adalah, Aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan masyarakat atas perusahaan dan produknya baik berupa barang maupun jasa agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, sebagai upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan domestik ataupun wisatawan asing, dengan demikian perjalanan wisata yang telah diperhitungkan sebagai sebuah perjalanan yang mendatangkan keuntungan ekonomi bagi daerah yang dikunjunginya dapat memberi kontribusi dalam meningkatkan pendapatan daerah.

G. Kerangka Pikir Penelitian

Bagan 1. 1 Kerangka Pikir Penelitian



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 yang berjudul **"Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan"**, peneliti membuat alur penelitian yang tertulis dia atas adalah penelitian ini terfokus pada komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Sumenep. Untuk menentukan komunikasi pemasaran, Disbudparpora perlu menentukan publik sasaran disertai dengan persepsinya, pemasar harus memutuskan respon yang terjadi.

Respon publik tersebut dapat berupa *cognitive* (tahap kesadaran), *affective* (tahap pengaruh), *behavioral/conative* (tahap tindakan pembelian). Komunikasi pemasaran disini fokus pada komunikasi pemasaran terpadu. Komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan lebih kepada strategi kreatif dalam menyampaikan pesan kepada publik untuk menarik minat dan melakukan kegiatan wisata. Dalam mempromosikan jasa yang dilakukan oleh Disbudparpora baik secara langsung atau tidak langsung dan menggunakan media.

Komunikasi pemasaran terpadu atau *Integrated Marketing Communication* adalah sebuah proses perencanaan marketing komunikasi yang memperkenalkan konsep perencanaan komprehensif untuk mengevaluasi peranan strategis dari berbagai elemen komunikasi pemasaran, seperti *public relations, advertising, direct selling, sales promotion,* dan *interactive*

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

marketing, untuk memberikan kejelasan, konsistensi, serta pengaruh komunikasi yang maksimum.[14]

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif, karena jenis pendekatan ini dilakukan dengan menjelaskan atau menggambarkan variable masalalu dan sekarang (sedang terjadi).[15] Penelitian ini juga bertujuan untuk menemukan informasi sebanyak-banyaknya dari suatu fenomena.[16]

Jenis penelitian ini adalah kualitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah.[17] Dalam penelitian ini juga lebih menekankan pada pengalaman-pengalaman subjektif manusia.

2. Subjek, Objek dan Lokasi Penelitian

Yang menjadi subjek penelitian ini adalah pegawai Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Sumenep, mulai dari kepala Dinas hingga para stafnya, yang nantinya akan dipilih secara *purposive sampling*, sedangkan objek dalam penelitian ini adalah komunikasi pemasaran, untuk lokasi penelitiannya adalah Dinas Kebudayaan

---

[14] Uyung Sulaksana, *Integrated Marketing Communication.* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1999), hlm 4

[15] Saraswati Sylvia, *Cara Mudah Menyusun Proposal, Skripsi, Tesis, Disertasi.* (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2010) hlm 22

[16] Hariwijaya dan Djaelani Bisri, *Teknik Menulis Skripsi dan Tesis (disertai contoh proposal skripsi).* (Yogyakarta : Hanggar Kreator, 2008) hlm 39

[17] Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif.* (Bandung : Alfabeta, 2009) hlm 1

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

Pariwisata Pemuda dan Olahraga Sumenep Jln. Dr. Soetomo No. 5, Telp (0328) 667148 Sumenep.

3. Jenis dan Sumber Data

Data dapat disajikan dalam bentuk teks atau berupa uraian kata-kata, dalam bentuk grafik berupa gambar atau lukisan, maupun dalam bentuk tabel berupa susunan yang tergolong-golong. Berdasarkan sumbernya, jenis data dibagi menjadi dua yaitu : data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya, sedangkan data sekunder adalah data yang diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, misalnya dari publikasi dan lainnya.[18]

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua macam sumber data, dan kalau diklasifikasikan adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Dalam hal ini yang dihimpun adalah data tentang bagaimana komunikasi pemasaran dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga kabupaten Sumenep dalam menarik minat wisatawan. Hal ini diperoleh melalui permintaan keterangan-keterangan dari pegawai Disbubparpora Sumenep dan dari pengurus Museum Keraton Sumenep dengan wawancara langsung.

[18] Marzuki, *Metodelogi Riset*, (Yogyakarta : PT. Haninda Offset, 1995) hlm 55-56

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

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan telah disajikan oleh pihak lain, dalam hal ini peneliti akan menggunakan data apapun yang dapat mendukung data primer, misalnya data dalam bentuk table atau diagram, data dari internet, maupun daftar wisatawan Museum Keraton Sumenep.

4. Tahap-tahap Penelitian

Dalam penelitian kali ini, kami sebagai peneliti membagi tahapan penelitian menjadi tiga tahapan penelitian.

a. Tahap Pra-Lapangan

Dalam tahap pra lapangan ini teerdiri dari beberapa cara yaitu:

1) Menyusun Rancangan penelitian

Dalam konteks ini peneliti terlebih dahulu membuat permasalahan yang akan dijadikan objek penelitian, untuk kemudian membuat matriks usulan judul penelitian sebelum melaksanakan penelitian hingga membuat proposal.

2) Memilih lapangan penelitian

Dalam hal ini peneliti memilih Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Sumenep Jln. Dr. Soetomo No. 5, Telp (0328) 667148 Sumenep.

3) Mengurus perizinan

Dalam tahap ini peneliti mengurus perizinan pada fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, kemudian diteruskan

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

kepada Kepala Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga kabupaten Sumenep untuk mendapatkan data yang diperlukan oleh peneliti.

4) Menjajaki dan menilai di lapangan

Pada tahap ini peneliti meninjau langsung keadaan lapangan dengan datang ke kepala Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga kabupaten Sumenep untuk berbincang – bincang dengan mereka serta mempelajari kebiasaan – kebiasaan yang terjadi disana untuk memudahkan dalam baradaptasi.

b. Tahap Pekerjaan lapangan

Dalam hal ini meliputi kegiatan sebagai berikut:

1) Memasuki lapangan

Untuk memahami tahap ini, peneliti perlu memahami kondisi lapangan yang meneliti objek penelitian terlebih dahulu, baru kemudian peneliti mempersiapkan diri untuk terjun langsung ke lokasi penelitian.

2) Berperan serta sambil mengumpulkan data

Peran serta dalam hal ini adalah dengan mengamati secara sekilas dan langsung ke lokasi sambil mengumpulkan data melalui wawancara langsung.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian tentang komunikasi pemasaran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga kabupaten Sumenep 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

menarik wisatawan, peneliti menggunakan bebarapa teknik pengambilan data agar data yang dihasilkan lebih akurat. Untuk itu beberapa teknik pengumpulan data yang dipakai adalah :

a. Interview

Interview atau wawancara digunakan sebagai cara untuk memperoleh data dengan jalan mengadakan wawancara dengan narasumber atau responden.[19]

b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data secara sistematis melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang diteliti.[20]

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, baik berupa tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Metode dokumentasi ini merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan interview dalam penelitian kualitatif.[21]

6. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data dimulai dari menganalisis berbagai data yang dikumpulkan peneliti di lapangan, baik data yang di dapat melalui observasi, interview, maupun dokumentasi, kemudian data tersebut diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori tertentu,[22] menjabarkannya ke dalam unit-unit, menyusunnya ke dalam pola, memilih mana yang penting

---

[19] Hariwijaya dan Djaelani Bisri, *Teknik Menulis Skripsi dan Tesis* ..... hlm 45
[20] *Ibid*... .....hlm 44
[21] Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*.....hlm 82
[22] Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2009) hlm 194-195

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

dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh peneliti sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis selama di lapangan dengan menggunakan model Miles dan Huberman:[23]

Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu:

a. Reduksi data

Dari lokasi penelitian, data lapangan dituangkan dalam uraian laporan yang lengkap dan terinci. Data dan laporan kemudian direduksi, dirangkum, dan kemudian dipilah-pilah hal yang pokok, difokuskan untuk dipilih yang terpenting kemudian dicari pola atau temanya (melalui proses penyuntingan, pemberian kode, dan pentabelan). Reduksi data dilakukan terus menerus selama proses penelitian berlangsung, pada tahapan ini setelah data dipilah kemudian disederhanakan, data yang tidak diperlukan disortir agar member kemudahan dalam penampilan, penyajian, serta untuk menarik kesimpulan sementara.

b. Sajian data

Merupakan rakitan organisasi informasi yang memungkinkan riset dapat dilakukan. Sajian data dapat berupa matrik, gambaran atau

[23] Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*.....hlm 91

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

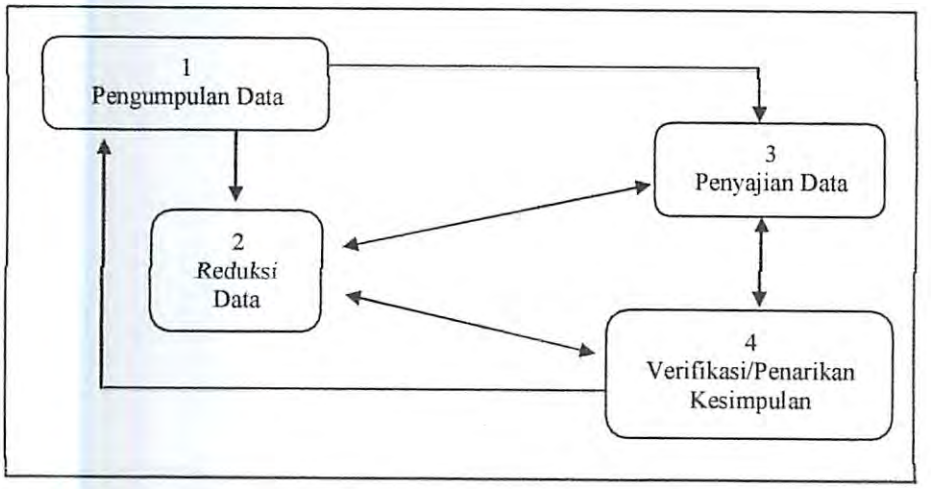
skema, jaringan kerja kegiatan dan tabel. Semua dirakit secara teratur guna mempermudah pemahaman informasi.

c. Penarikan kesimpulan atau Verifikasi

Pada penelitian kualitatif, Kesimpulan akhir diperoleh bukan hanya sampai pada akhir pengumpulan data melainkan dibutuhkan suatu verifikasi yang berupa pengulangan dengan melihat kembali *field note* (data mentah) agar kesimpulan yang diambil kuat dan bisa dipertanggung jawabkan.

Berdasarkan analisa tersebut apabila digambarkan adalah sebagai berikut :

Bagan 1.2 Model Analisis Interaktif[24]



7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam sebuah penelitian kualitatif, keilmiahan merupakan faktor utama menjaga keilmiahan tersebut dapat dilihat dari data yang ada, karena ada kesalahan kemungkinan bisa saja terjadi dalam pencarian data,

[24] *Ibid.*..... hlm 92

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

sedangkan distorsi data bisa terjadi dalam penelitian sendiri dan mungkin juga terjadi dari informan.

Maka untuk mengurangi atau mengadakan keabsahan data, peneliti perlu mengecek kembali sebelum diproses dalam bentuk laporan yang disajikan, agar tidak terjadi kesalahan maka digunakan teknik sebagai berikut.[25]

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan itu tidak dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti pada latar penelitian. Dengan memperpanjang keikutsertaan peneliti dapat menguji ketidakbenaran informasi baik berasal dari responden maupun kesalahpahaman peneliti sendiri dalam menangkap informasi tersebut. Juga guna mendeteksi dan memperhitungkan distorsi yang mengotori data tersebut.

Hal ini dilakukan untuk memperkuat pengumpulan data dengan kata lain supaya data yang terkumpul benar-benar valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

b. Diskusi dengan teman sejawat

Dimaksudkan untuk mengetahui hal-hal yang belum diteliti atau kurangnya pemahaman peneliti maka bias di diskusikan dengan pihak-pihak yang lebih paham pada bidang ini.

---

[25] Moleong J. Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif,* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2002) hlm 175

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

c. Triangulasi

Adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain di luar data itu untuk kepentingan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap informasi yang didapat terlebih dahulu.

Triangulasi dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu :

1) Dengan sumber (informan): melakukan pengecekan dan membandingkan balik derajat kepercayaan suatu informasi yang didapat benar-benar valid.
2) Dengan teori: sebagai penjelasan banding (*rival explanations)*. Apakah teori yang digunakan sudah cocok atau belum, lakukan konfirmasi dengan teori yang digunakan baik yang mendukung atau yang bertentangan.

I. Sistematika Pembahasan

Dalam mengemukakan pembahasan terhadap permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti menyusun sistematika pembahasan yang dibagi dalam 5 Bab yang terdiri dari:

A. BAB I PENDAHULUAN

Meliputi: latar belakang permasalahan yang diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan defines konsep.

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. BAB II KAJIAN TEORITIS

Meliputi: kajian pustaka (beberapa referensi yang digunakan untuk menelaah objek kajian), kajian teoritik (teori yang digunakan untuk menganalisis masalah penelitian).

C. BAB III PENYAJIAN DATA

Meliputi: deskripsi subjek dan lokasi penelitian, deskripsi data penelitian.

D. BAB IV ANALISIS DATA

Meliputi: temuan penelitian, dan konfirmasi temuan dengan teori.

E. BAB V PENUTUP

Dalam Bab ini, akan ada dua sub Bab yang dihadirkan. Sub Bab yang pertama adalah kesimpulan dimana berisi tentang kesimpulan akhir dari penelitian ini. Kemudian sub Bab yang ke dua adalah saran yang berisi tentang permohonan saran dari berbagai pihak untuk melengkapi dan menyempurnakan penelitian ini.

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