

**KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI
DALAM MENDUKUNG DESA WISATA
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Komunikator Sebagai Pemandu Wisata
di Wisata Towilfiets)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Muhammad Ihsan Nurfadilah

NIM : 11730113

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2015

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Muhammad Ihsan Nurfadilah
Nomor Induk : 11730113
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 19 Mei 2015

Yang menyatakan,



Muhammad Ihsan Nurfadilah

NIM. 11730113



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan skripsi saudara :

Nama : Muhammad Ihsan Nurfadilah

NIM : 11730113

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul : Komunikasi Antar Pribadi dalam Membangun Desa Wisata (Studi Deskriptif pada Pemandu Wisata dengan Wisatawan Mancanegara di Wisata *Towil Fiets*)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 19 Mei 2015
Pembimbing,

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.
NIP. 196108161992032003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/ 724 /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI DALAM
MENDUKUNG DESA WISATA (Studi Deskriptif
Kualitatif pada Komunikator Sebagai Pemandu Wisata di
Wisata Towil Fiets)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Muhammad Ihsan Nurfadilah
NIM : 11730113

Telah dimunaqosyahkan pada : Jum'at, tanggal: 05 Juni 2015
dengan nilai : 90 (A-)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Dra.Hj. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si
NIP. 19610816 199203 2 003

Penguji I

Diah Ajeng Purwani, S.Sos.,M.Si
NIP.19790720 200912 2 001

Penguji II

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP. 19600323 199103 1 002

Yogyakarta, 25 Juni 2015

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora



DEKAN

Dr. H. Kamsi, MA
NIP. 19570207 198703 1 003

MOTTO

(HADITS)

وخير الناس أنفعهم للناس

“...dan sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia.” (HR. Thabrani dan Daruquthni)

(PEPATAH ASING)

“We will never know the real answer, before you try”

(Kita tidak akan pernah mengetahui jawaban yang sebenarnya, sebelum kita mencoba)

“Jangan mencemaskan masa depan, cemaslah jika belum mempersiapkannya”

(M. Ihsan Nurfadilah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

***ALMAMATER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN
KALIJAGA
YOGYAKARTA***

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahirobbilalamin, puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan Nikmat dan Ridha-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat beserta salam, peneliti curahkan kepada Nabi akhir zaman Rosulullah Muhammad SAW.

Skripsi ini merupakan hasil dari bentuk keingintahuan peneliti di bidang Ilmu Komunikasi dalam meneliti komunikasi antar pribadi dan kecintaan peneliti pada pariwisata Yogyakarta. Penelitian ini menjelaskan tentang komunikasi antar pribadi yang dilakukan oleh seorang pemandu wisata dengan wisatawan mancanegara terkait membangun wisata. Peneliti telah berupaya semaksimal mungkin untuk menggambarkan proses komunikasi antar pribadi dan proses komunikasi untuk membangun wisata di dalam skripsi ini.

Meskipun demikian, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti berharap hasil penelitian ini mendapatkan masukan berupa kritik dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik. Banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Ungkapan terima kasih pun tidak lupa peneliti ucapkan kepada :

1. Dr. H. Kamsi, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. Drs. H. Bono Setyo, M.Si., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi yang senantiasa mengayomi mahasiswa sekaligus memimpin Prodi Ilmu Komunikasi ke arah yang lebih baik.

3. Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membantu peneliti dalam proses kuliah hingga skripsi. Peneliti bangga kepada beliau, karena telah mencurahkan tenaga dan fikirannya kepada mahasiswa bimbingannya.
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi, yang telah mendedikasikan jasa dan ilmu pengetahuannya kepada peneliti: Pak Siantari, Pak Iswandi, Pak Alip, Pak Mahfud, Pak Iqbal, Pak Rama, Bu Ajeng, Bu Yani, Bu Fatma, Bu Rika. Tidak lupa dosen tamu : Bang Potan, Mas Nunu, Pak Waryani Fajar, Pak Fajar Jun, Bu Rini, Mbak Hilda dan dosen tamu lainnya. Dosen di Pusat Bahasa Asing : Ibu Septi Riana Dewi, S.Pd (Miss Ria), dan dosen-dosen yang telah membantu peneliti di pusat bahasa, serta Pak Agus di Lembaga Penelitian UIN, yang turut membantu saya dalam perkuliahan.
5. Narasumber dalam penelitian : Mas Muntowil, sebagai informan yang paling sentral dalam penelitian, pemandu wisata Mas Rosi dan Mas Feri, dan wisatawan Belanda yang telah menjadi informan, serta masyarakat Dusun Bantar Kulon yang turut membantu dalam proses penelitian
6. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga dan pegawai, yang turut membantu dalam penyusunan skripsi peneliti, semoga perpustakaan UIN semakin berkembang.

7. Keluarga peneliti yang tak henti-hentinya men-*support* dan mendoakan peneliti hingga lulus : Bapak Drs. Jaja Rubagja, Ibu Ristiyani, S.Ag., M. Pd, Ade Nisa, Eyang Juwitaningsih, serta kakek, buyut dan semua keluarga.
8. Relasi/ teman di Yogyakarta : Mas Teguh Supriyadi (Trans TV) yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta mengajarkan kedisiplinan pada peneliti. Mas Danang, teman yang mengajarkan hidup sederhana di Yogyakarta.
9. Seluruh teman/ sahabat seperjuangan jurusan Ilmu Komunikasi, Ardian, Paska, Idris, Andika, Kholis, Irhas, Aziz, Dino, Ujang, Yoga, Umar, Dayat, Falery, Bayu, Intantya Putri, Endah, Afee, Aisyah, Matari, Dunia, Andien, dan teman-teman lainnya.
10. Komunitas Joglo Wonorejo : Fadol, Fery, Ikhwan, Ida, Sri, anak-anak dusun Wonorejo, serta masyarakat yang telah memberikan pengalaman kepada peneliti.

Seluruh pihak yang telah membantu peneliti hingga lulus kuliah. Peneliti berdo'a agar semua pihak yang telah membantu mendapatkan balasan dari Allah SWT, dan peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Amiin Yaa Robbal Alamiin.

Yogyakarta, 19 Mei 2015

Penyusun,

**Muhammad Ihsan Nurfadilah
NIM. 11730113**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka	10
F. Landasan Teori	14
G. Kerangka Pemikiran.....	44
H. Metode Penelitian	45

BAB II GAMBARAN UMUM WISATA TOWILFIETS

A. Latar Belakang Wisata	50
B. Profil Wisata	52
C. Wilayah Wisata	53
D. Objek-Objek Wisata	54
E. Fasilitas Wisata	57
F. Logo Wisata	59
G. Profil Muntowil (Pemilik/ Pendiri Wisata)	60
H. Jadwal Wisata	61
I. Tenaga Pemandu Wisata	62
J. Struktur Pengelolaan Wisata	63

BAB III PEMBAHASAN

A. Komunikasi Komunikator dalam Mengenalkan Wisata Towilfiets.....	64
B. Komunikasi Pemandu Wisata dengan Wisatawan Mancanegara	74
C. Komunikasi Pemandu Wisata dalam Pengelolaan Desa Wisata.....	107
D. Komunikator dalam Daya Dukung Wisata	116

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	126
B. Saran	129

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CV PENELITI



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Aktivitas Wisata Towilfiets	5
Gambar 2	: Model Transaksi	22
Gambar 3	: Lokasi Wisata Towilfiets	52
Gambar 4	: Peta Wilayah Wisata	53
Gambar 5	: Objek dan Aktivitas Wisata Towilfiets.....	53
Gambar 6	: Logo Wisata Towilfiets	59
Gambar 7	: Foto Pemilik Wisata.....	61
Gambar 8	: Aktivitas Komunikasi Pemandu Wisata.....	102
Gambar 9	: Aktivitas Wisatawan	106
Gambar 10	: Wisatawan Berkeliling Desa	107
Gambar 11	: Rumah Joglo	119
Gambar 12	: Fasilitas Wisata Sepeda Onthel	120

DAFTAR BAGAN

Bagan 1	: Kerangka Pikir Penelitian	44
Bagan 2	: Struktur Pengelolaan Wisata	63



ABSTRACT

This research discusses an activity interpersonal communications between tour guide and foreign tourist related with to support the tourist village in Towilfiets. Communicators in order build tourism object use credibility, attraction, the approach of communications, and maintenance tourism object with interpersonal communications. Research method use descriptive qualitative method with collection techniques data such as observation, interviews, and documentation. Researchers focus discuss a communicators or tour guide. Based on research, communicators build a tourist village with interpersonal communication with their relationships, to send a message to foreign tourists. In the communication process, tour guides adapt with all categories of travelers and tourists characters. Communicators build familiarity and establish common ground with tourists to make communication more effective. Interpersonal communication also use for all parties concerned in order manage the tourist village, it's useful to continuation of the tourist village. This tourist has supported by all of carrying capacity of tourism object.

Keywords : Interpersonal Communications, Towilfiets, Tourism of Jogja

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pariwisata di Indonesia sudah sangat pesat, wisatawan mancanegara maupun domestik tak henti melakukan perjalanan wisata ke berbagai objek wisata di Indonesia. Hal ini terjadi berkat beberapa elemen yang mendukungnya, seperti dukungan dari pemerintah di bidang pariwisata, perkembangan transportasi, teknologi komunikasi, pengembangan potensi daerah, dan semakin luasnya akses menuju objek wisata. Pariwisata merupakan salah satu sumber penyumbang devisa negara dan menjadi bidang yang dapat memberikan lapangan pekerjaan, serta keuntungan ekonomi bagi daerah dan masyarakatnya.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu daerah tujuan pariwisata di Indonesia yang memiliki ragam objek wisata dan sudah dikenal di dunia pariwisata internasional. Berbagai objek wisata ditawarkan di DIY seperti wisata budaya, wisata sejarah, wisata alam, wisata kuliner, wisata hiburan, dan wisata belanja. Selain itu, Yogyakarta memiliki industri pariwisata yang sudah maju dan berkembang. Ironisnya, pembangunan objek wisata yang terus menerus membuat industri pariwisata kurang memperhatikan aspek kelestarian alam, dan ekologi. Banyak pariwisata yang menimbulkan kerusakan seperti : pemanasan global, pencemaran air, pencemaran udara, volume sampah yang tidak terkendali, dan terkikisnya pola

budaya masyarakat lokal. Seperti kutipan dari anggota WWF Indonesia (Alikodra, 2012: 328), “Masalah lingkungan menjadi hal yang dikhawatirkan, karena beban wisata yang semakin berat, dan jumlah yang diterima masyarakat di daerah tujuan wisata relatif kecil (10%-20%)”. Selain kerusakan lingkungan, pembangunan pariwisata yang terus menerus menimbulkan kesenjangan ekonomi antara pemilik wisata dengan masyarakat setempat.

Agar sebuah wisata tidak menimbulkan kerusakan lingkungan dan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat, diperlukan sebuah pengelolaan wisata dengan cara memberdayakan masyarakat, memanfaatkan potensi sumber daya alam dan lingkungan, serta mendukung kehidupan sosial, dan kelestarian budaya lokal. Seperti dalam undang-undang tentang kepariwisataan, bahwa pariwisata seharusnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya, hal ini tercantum dalam UU No.10 tahun 2009 sebagai pengganti UU No.9 tahun 1990 dalam pasal 3, bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Pemerintah telah mengajak masyarakat untuk mengembangkan potensi desanya, seperti kutipan berikut :

Bisnis.com, JAKARTA - Kementerian Desa, Pembangunan Desa Tertinggal dan Transmigrasi mengoptimalkan pengembangan desa wisata, dimana setiap desa didorong untuk menggali dan mengembangkan potensi wisatanya. Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi (DPDT2), Marwan Jafar mengatakan pengembangan desa wisata merupakan langkah strategis untuk mempercepat pembangunan desa dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan desa...(Dikutip dari bisnis.com pada 14/2/2015 23.53 WIB)

Dukungan pemerintah pun telah terwujud dengan membentuk lembaga-lembaga dan menyediakan transportasi untuk mendukung pariwisata, namun masyarakat tidak bisa bergantung sepenuhnya kepada pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraannya. Masyarakat dapat membuat pekerjaan sendiri dengan membangun tempat tinggalnya yang berpotensi untuk dijadikan sebagai wisata. Salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah dengan mengembangkan potensi daerah menjadi wisata, sehingga menjadikan daerah lokal menjadi objek wisata namun tetap memperhatikan kelestarian lingkungan, budaya masyarakat, serta meningkatkan ekonomi. Wisata perdesaan menjadi solusi untuk menjaga lingkungan serta meningkatkan ekonomi masyarakat. Wisata perdesaan pada masa kini termasuk ke dalam wisata minat khusus, atau lajim disebut dengan “Desa Wisata”. Wisata ini merupakan sebutan untuk kegiatan wisata ke sebuah desa yang menawarkan ciri khas sebuah alam, budaya dan masyarakat lokal. Seperti dijelaskan oleh (Sakti, 2012: 76), tentang pariwisata pedesaan dalam konteks global, yakni terjadinya pergeseran orientasi dan preferensi pasar pada pemilihan produk wisata, dari orientasi produk khusus dan spesifik yang menekankan unsur pengalaman, keunikan dan kualitas atau yang lebih dikenal dengan istilah wisata minat khusus.

Desa wisata pada saat ini tidak hanya dikunjungi oleh wisatawan domestik, namun sering dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Yogyakarta mempunyai beberapa desa wisata yang telah dikenal dan sering dikunjungi wisatawan mancanegara, diantaranya: Kampung Turis, Kampung

Prawirotaman, Desa Wisata Kasongan, Desa Wisata Tembi, Desa Wisata Manding, dan desa-desa lainnya. Desa wisata ini memiliki ciri khas dan karakter yang berbeda-beda. Ketertarikan wisatawan mancanegara kepada sebuah wisata yang berbasis pedesaan terjadi karena terjadi pergeseran orientasi wisata.

Berkaitan dengan desa wisata, di Dusun Bantar, Kelurahan Banguncipto, Kecamatan Sentolo, Kulonprogo terdapat wisata yang bernama wisata Towilfiets. Wisata ini menawarkan suatu konsep desa wisata kepada mancanegara sambil mengendarai sepeda onthel sebagai media transportasi wisatanya. Penggagas atau pemilik desa wisata ini yaitu bernama Muntowil atau yang biasa disebut Towil. Muntowil adalah penduduk asli Dusun Bantar Kulon yang mempunyai hobi bersepeda onthel. Keberadaan wisata ini kurang dikenal oleh masyarakat Yogyakarta, namun berkat usahanya justru sekarang dikenal oleh masyarakat dunia. Seperti kutipan berita dibawah ini :

“**KOMPAS.com** — Desa Bantar, Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulonprogo, Yogyakarta, yang semula tak terkenal tiba-tiba ramai didatangi pelancong luar negeri. Hampir tiap minggu ada saja rombongan yang datang dari Belanda. Adalah Muntowil (36), pemuda setempat, dan sepedanya yang mendatangkan para turis ke desa itu...” (Diakses dari kompas.com pada 24/1/2015 14.27 WIB).

Berawal dari kegelisahan akan globalisasi yang tidak dapat dibendung, kebisingan dan polusi di kota membuat dia berfikir untuk kembali ke desa yang masih alami. Muntowil sempat bekerja di sebuah usaha, dan menjadi *tour guide* pariwisata sebelum akhirnya memutuskan untuk membuat sebuah usaha sendiri. Pada waktu itu dia bertekad untuk membuat sebuah pekerjaan sendiri dengan berprinsip melakukan hobinya menaiki sepeda onthel namun

turut melestarikan lingkungan dan budaya masyarakatnya. Pada tahun 2007 wisata ini mulai dirintis ketika temannya yang bernama Carel Van Becom yang berprofesi sebagai pemandu wisata senior Belanda menawarkan konsep desa wisata dengan sepeda, dari situlah awalnya wisata Towilfiets dikenal oleh wisatawan dari mancanegara. Pada saat itu memberikan informasi tentang konten-konten desa ke negara-negara seperti ke Belanda, Jerman, Belgia, dan Amerika, dengan nama wisatanya yaitu “Towilfiets“ atau berarti “Berkeliling desa dengan sepeda”. Konten-konten desa ditawarkan termasuk transportasi ciri khas yaitu sepeda onthel sebagai media transportasi wisatanya. Pengalaman Muntowil ketika menjadi *tour guide* menjadikan modal untuk mengenalkan desanya ke wisatawan Eropa. Setelah memberikan informasi wisata tersebut, satu per satu wisatawan asing berdatangan ke desa tempat tinggal Muntowil. Wisatawan yang datang kesini biasanya dari Belanda, Belgia, Kanada, Amerika dan terkadang dari Asia.

Gambar 1
Aktivitas Wisata Towilfiets



Sumber : www.wego.co.id

Hobi bersepeda onthel disinergikan dengan kegiatan wisata, onthel dijadikan sebagai media transportasi untuk turis-turis. Karena wisatawan yang berkunjung semakin banyak, Muntowil mengajak teman-temannya untuk ikut membantu dalam memandu wisatawan. Para pemandu ini membantu Muntowil dalam memandu wisatawan mancanegara untuk berkeliling desa menggunakan sepeda onthelnya, melihat pemandangan alam desa dan ke tempat-tempat aktivitas masyarakat desa seperti melihat masyarakat bertani, membuat kerajinan, melihat kesenian budaya masyarakat, serta ke tempat-tempat umum di desa. Wisatawan dapat melihat pemandangan desa yang masih asri yang jauh dari keramaian dan kebisingan kota. Objek-objek ini merupakan warisan dari nenek moyang dan merupakan aktifitas masyarakat dari sejak dahulu. Wisata ini menjadi sebuah hal yang unik dan langka, karena wisatawan dapat melihat apapun aktivitas di desa. Berkat Muntowil dia menciptakan pekerjaannya bagi para pemandu lainnya, melestarikan lingkungan dan budaya, serta turut membantu ekonomi masyarakat di daerahnya. Berkaitan dengan hal ini, di dalam Al-Qur'an dijelaskan perintah bagi umat manusia untuk merubah keadaan/ nasibnya, Allah SWT berfirman dalam Surat Ar-Radu (13) : Ayat 11.

لَهُ مَعْقَبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ
 اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ
 سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُم مِّنْ دُونِهِ مِن وَّالٍ ﴿١١﴾

Artinya :

“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa jika suatu kaum (manusia) ingin merubah keadaannya, maka dia harus merubah dirinya sendiri, sehingga Allah pun akan mengubah keadaannya. Hal ini berkaitan dengan usaha yang dilakukan Muntowil sebagai pendiri wisata untuk mengubah keadaan desanya menjadi lebih baik dan maju. Wisata ini menjadi keunikan tersendiri bagi wisatawan asing, di tengah modernisasi saat ini, wisata ini justru menonjolkan sisi tradisionalnya. Kini desa wisata ini dikenal oleh masyarakat internasional, dan tentunya berkat wisata ini turut membantu perekonomian masyarakat.

Di dalam proses membangun sebuah wisata, tentunya terdapat proses komunikasi antar pribadi yang dilakukan mulai dari mengenalkan wisata dengan mengirim sebuah informasi tentang objek-objek di desa wisata ke masyarakat dunia, hingga komunikasi antara pemandu wisata sebagai komunikator dengan wisatawan mancanegara di dalam proses aktivitas wisata. Pemandu sebagai komunikator hendaknya memiliki kredibilitas dan daya tarik komunikator yang digunakan dalam proses komunikasi antar pribadi. Wisatawan yang berkunjung adalah orang yang baru dikenal oleh pemandu. Sehingga diperlukan sebuah komunikasi dari pemandu untuk

membuat suatu keakraban dengan wisatawan sehingga komunikasi semakin efektif. Hal tersebut menjadi dasar peneliti untuk diangkat menjadi bahan penelitian.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana komunikasi antar pribadi pada komunikator sebagai pemandu wisata dalam mendukung desa wisata di Wisata Towilfiets. Penelitian ini dibatasi dengan hanya membahas komunikasi pemandu wisata sebagai komunikator dalam mendukung desa wisata. Penelitian ini tidak membahas industri pariwisata ataupun pemberdayaan masyarakat desa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut : **Bagaimana komunikasi antar pribadi pada komunikator sebagai pemandu wisata dalam mendukung desa wisata di Wisata Towilfiets?**

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi antar pribadi pada komunikator sebagai pemandu wisata dalam mendukung desa wisata di Wisata Towilfiets.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian diharapkan dapat berkontribusi bagi pengembangan penelitian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam komunikasi antar pribadi.
- b. Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi kajian komunikasi antar pribadi, baik untuk mahasiswa maupun pembaca umum.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana komunikasi antar pribadi pada komunikator sebagai pemandu wisata dalam mendukung desa wisata di Wisata Towilfiets.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada wisata Towilfiets supaya lebih meningkatkan kualitas pelayanan wisata, dan bisa lebih mengembangkan potensi wisatanya.
- c. Penelitian ini diharapkan menjadi inspirasi bagi masyarakat khususnya yang berada di desa untuk turut mengembangkan daerahnya agar lebih maju dan berkembang.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi para pembaca umum.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penelitian sangat penting dilakukan untuk meninjau penelitian-penelitian serupa yang dilakukan sebelumnya, sehingga peneliti dapat membandingkan dan membedakan dengan penelitian-penelitian tersebut. Tinjauan pustaka yang digunakan peneliti, mengacu pada penelitian yang mengkaji tentang desa wisata, khususnya dari aspek komunikasi. Berikut beberapa penelitian yang digunakan peneliti sebagai telaah pustaka.

1. Pustaka pertama peneliti menelaah dari skripsi yang berjudul *Pola Komunikasi Guide (Pemandu Wisata) Kampung Wisata Batik Kauman di Surakarta: (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pola Komunikasi Guide Kampung Wisata batik Kauman di Surakarta)*. Skripsi ini ditulis oleh Amrina Fitri Rahmawati, mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta, tahun 2013.

Skripsi ini membahas tentang bagaimana pola komunikasi pemandu wisata dalam memandu wisatawan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada fokus penelitian. Penelitian di atas berfokus pada pola komunikasi pemandu wisata dengan wisatawan, namun peneliti berfokus pada komunikator sebagai pemandu wisata dalam mendukung desa wisata. Penelitian di atas menggunakan metode penelitian *active participant observation*, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sedikit sentuhan *snowball sampling*. Persamaan penelitian ini adalah pada jenis penelitian, yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode

deskriptif. Hasil penelitian ini adalah pola komunikasi yang digunakan oleh *guide* wisata terdiri dari unsur strategi komunikasi, pesan, interaksi simbolik dan aturan *guide* yang membentuk pola komunikasi menjadi satu arah, dua arah dan multi arah. Bentuk komunikasi yang digunakan adalah komunikasi interpersonal yang bersifat langsung. Diunduh dari :

(http://eprints.uns.ac.id/12417/1/328492511201306041_unprotected.pdf
pada 23/3/2015 9.20 WIB)

2. Pustaka kedua dari penelitian internal yang berjudul ***Komunikasi Interpersonal Pemandu Wisata dalam Mengenalkan Indonesia pada Wisatawan Mancanegara***, penelitian ini ditulis oleh Euis Nurul Bahriyah, Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul Jakarta, tahun 2013.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi interpersonal, model teori komunikasi antar pribadi, pendekatan komunikasi antar pribadi, peran pemandu museum, keterampilan yang harus dimiliki pemandu museum, kompetensi pemandu. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah pada fokus penelitian, penelitian ini berfokus pada komunikasi interpersonal pemandu museum dalam meningkatkan jumlah kunjungan, sedangkan peneliti berfokus pada komunikasi antar pribadi yang dilakukan komunikator sebagai pemandu wisata dalam mendukung desa wisata. Subjek pada penelitian ini adalah pemandu museum, sedangkan subjek dalam penelitian yang akan dilakukan adalah tokoh masyarakat sebagai pemandu wisata lokal. Persamaan penelitian ini, adalah

sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan metode deskriptif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa seorang pemandu wisata sangat menentukan kegiatan sebuah kunjungan dalam museum. Kemampuan berkomunikasi secara interpersonal tidak cukup untuk berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara, namun pemandu harus edukatif dan informatif kepada seluruh pengunjung. Faktor personal dan situasional peserta kunjungan harus menjadi pertimbangan agar memuaskan pengunjung dan dapat meningkatkan jumlah pengunjung di setiap tahunnya. (Diunduh dari <http://euisnurulb.weblog.esaunggul.ac.id> pada 20/1/15 09.47 WIB)

3. Pustaka ketiga dari skripsi yang berjudul ***Komunikasi Interpersonal Antara Ketua Takmir dan Anggota dalam Meningkatkan Kinerja Dakwah di Masjid Al-Muhtadin Plumbon, Banguntapan, Bantul, DIY*** Skripsi ini ditulis oleh Arkhani Luthfie Itsnain, mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, tahun 2014.

Fokus penelitian ini adalah meneliti bagaimana komunikasi interpersonal antara ketua takmir dengan anggotanya. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi interpersonal, media komunikasi, pendekatan komunikasi interpersonal, tujuan komunikasi interpersonal dan kinerja dakwah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah fokus penelitian, penelitian ini berfokus antara ketua

takmir dengan anggotanya untuk meningkatkan kinerja dakwah, namun peneliti berfokus pada komunikasi antar pribadi yang dilakukan komunikator sebagai pemandu wisata dalam mendukung desa wisata. Kemudian perbedaan pada subjek penelitian, jika penelitian ini subjeknya adalah takmir masjid dan anggotanya, namun subjek penelitian peneliti adalah pada pemandu wisata dan wisatawan mancanegara. Perbedaannya adalah tempat penelitian, penelitian ini bertempat di Masjid Al-Muhtadin, sementara peneliti akan melakukan penelitian di desa wisata. Persamaannya penelitian ini sama-sama menggunakan menggunakan komunikasi interpersonal dan jenis penelitian kualitatif dengan metode dekriptif. Hasil penelitian ini menjelaskan tentang proses komunikasi antara takmir masjid dengan anggotanya. Terdapat dua level proses komunikasi yaitu antar pengurus masjid, dan antara anggota takmir. Pendekatan yang digunakan adalah secara komunikasi interpersonal, psikologis, dan sosiologis. Pendekatan yang dilakukan pada level satu menggunakan himbauan, dan pada level kedua menggunakan keteladanan, pembiasaan, dan nasihan kepada anggota takmir. Media komunikasi menggunakan pengajian ahad pagi, rapat PHBI, dan asrama anggota takmir. Upaya-upaya tersebut dilakukan agar terjadi hubungan baik, antara takmir dengan anggotanya.

F. Landasan Teori

Teori merupakan dasar dari sebuah penelitian. Landasan teori ini digunakan oleh peneliti dalam menentukan unit-unit analisis serta menginterpretasikan data hasil penelitian. Teori yang akan digunakan peneliti diantaranya :

1. Komunikasi

Komunikasi menurut Harold Lasswell dalam (Riswandi, 2009: 2) komunikasi adalah (*who says what in which channel to whom with what effect*), pada dasarnya komunikasi merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa” mengatakan “apa” dengan “saluran apa”, kepada “siapa”, dan dengan “akibat apa”, atau “hasil apa”. Sedangkan menurut Carl Hovland, Janis dan Kelley dalam (Riswandi, 2009: 1), komunikasi adalah suatu proses melalui dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak). Terdapat beberapa elemen dalam komunikasi, agar proses komunikasi berjalan efektif.

a. Elemen Komunikasi

Komunikasi yang dilakukan antar manusia tidak lepas dari elemen-elemen komunikasi. Menurut Dominick dalam (Morissan, 2013:17), setiap peristiwa komunikasi melibatkan delapan elemen

komunikasi yang meliputi: sumber, encoding, pesan, saluran, decoding, penerima, umpan balik, dan gangguan.

1) Sumber (Komunikator)

Proses komunikasi berawal dari sumber (*source*) atau pengirim pesan yaitu di mana gagasan, ide atau pikiran berasal yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Sedangkan menurut (Liliweri, 2011: 39), pengirim merupakan pemrakarsa yang ingin menyajikan pikiran dan pendapat tentang suatu peristiwa atau objek.

2) Enkoding

Enkoding dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan sumber untuk menerjemahkan pikiran dan ide-ide ke dalam suatu bentuk yang dapat diterima oleh indra pihak pertama. Sedangkan menurut Orbe&Bruess dalam (Liliweri, 2011:39), enkoding adalah proses di mana pengirim menerjemahkan ide atau maksudnya ke dalam simbol-simbol berupa kata-kata atau nonverbal.

3) Pesan (*Message*)

Pesan merupakan produk fisik aktual yang telah dienkode sumber. Sedangkan menurut Orbe&Bruess dalam (Liliweri, 2011:40), pesan adalah gagasan, perasaan, atau pemikiran yang telah di-*encode* oleh pengirim atau di-*decode* oleh penerima.

4) Saluran atau *channel*,

Saluran adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai kepada penerima. Menurut (Liliwei,2011:40), saluran komunikasi merupakan sarana untuk mengangkut atau memindahkan pesan dari pengirim kepada penerima.

5) Dekoding

Dekoding adalah kegiatan penerimaan pesan diawali dengan proses dekoding yang merupakan kegiatan yang berlawanan dengan proses enkoding. Dekoding merupakan kegiatan untuk menerjemahkan atau menginterpretasikan pesan-pesan fisik ke dalam suatu bentuk yang memiliki arti bagi penerima. Sedangkan menurut Orbe&Bruess dalam (Liliweri, 2011:39), dekoding adalah Menerjemahkan simbol-simbol verbal dan nonverbal tadi ke dalam pesan yang bisa saja mirip, persis sama dengan, atau sangat berbeda dari apa yang dimaksudkan pengirim.

6) Penerima (Komunikan)

Penerima atau *receiver* adalah sarana atau target dari pesan. Penerima dapat berupa satu individu, satu kelompok, lembaga bahkan suatu kumpulan besar manusia yang tidak saling mengenal. Sedangkan menurut Orbe&Bruess dalam (Liliweri, 2011:39), penerima adalah orang yang menerima pesan.

7) Umpan Balik (*Feedback*)

Umpan balik adalah tanggapan atau respon dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan disampaikan sumber. Umpan balik merupakan tempat perputaran arah dari arus komunikasi. Sumber bisa jadi penerima, sementara penerima bisa menjadi sumber. Sementara menurut (Liliweri, 2011,42), umpan balik adalah respon yang diberikan oleh penerima terhadap pesan yang dikirimkan oleh pengirim.

8) Gangguan (*Noise*)

Gangguan dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang mengintervensi proses pengiriman pesan. Terdapat tiga jenis gangguan yaitu: gangguan semantik, gangguan mekanik, dan gangguan lingkungan.

- a) Gangguan semantik, terjadi bilamana orang memiliki arti yang berbeda atas kata-kata atau ungkapan yang sama.
- b) Gangguan mekanik, terjadi jika muncul masalah dengan alat yang digunakan untuk membantu terjadinya komunikasi.
- c) Gangguan lingkungan, terjadi jika sumber gangguan berasal dari luar elemen-elemen komunikasi yang sudah disebutkan di atas. Gangguan ini berasal dari luar kontrol sumber atau penerima.

Selain gangguan diatas, terdapat hambatan lain dalam komunikasi. Menurut Orbe&Bruess dalam (Liliweri,2011:41), hambatan/ *noise* terdiri dari fisik (suara dan bau), jarak,

psikologis, sosiologis (aspek sosial), antropologis (budaya, kebiasaan, dan adat istiadat), hambatan fisiologis (semua aspek fisik), semantik (kata-kata).

b. Tingkatan Proses Komunikasi

Menurut Danis McQuail dalam (Riswandi, 2009: 9-10), secara umum kegiatan/ proses komunikasi berlangsung dalam enam tingkatan, antara lain sebagai berikut :

1) Komunikasi Intra Pribadi (*Intrapersonal*)

Proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang berupa pengolahan informasi melalui pancaindra dan sistem syaraf.

2) Komunikasi Antar Pribadi (*Interpersonal*)

Kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung antar seseorang dengan orang lainnya.

3) Komunikasi Kelompok

Komunikasi yang berlangsung di antara suatu kelompok. Pada tingkatan ini, setiap individu yang terlibat masing-masing berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya dalam kelompok, bukan bersifat pribadi.

4) Komunikasi Antar Kelompok/ Asosiasi

Kegiatan komunikasi yang berlangsung antara suatu kelompok dengan kelompok lainnya.

5) Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi dan komunikasi antar organisasi.

6) Komunikasi dengan Masyarakat secara luas.

Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditujukan kepada masyarakat luas. Bentuk kegiatan komunikasinya dapat dilakukan melalui dua cara :

- a) Komunikasi Massa, melalui media-media massa
- b) Komunikasi langsung tanpa media massa

c. Fungsi Komunikasi

Komunikasi mempunyai fungsi dan tujuan yang berbeda-beda, menurut Gordon dalam (Mulyana, 2011:5), terdapat empat fungsi komunikasi:

1) Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi yang pertama sebagai komunikasi sosial, komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan tegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

2) Komunikasi Ekspresif

Fungsi kedua komunikasi dapat dilakukan baik sendirian atau pun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita.

3) Komunikasi Ritual

Fungsi ritual biasanya dilakukan secara kolektif, seperti melakukan ibadah, upacara, dan acara. Komunikasi ritual sering juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang. Kegiatan ritual memungkinkan para pesertanya berbagi komitmen emosional dan menjadi perekat bagi kepaduan mereka, juga sebagai pengabdian kepada kelompok.

4) Komunikasi Instrumental

Fungsi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan meyakinkan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

d. Tipe Komunikasi

Di dalam (Liliweri, 2011:79-80), menjelaskan tiga tipe dan model komunikasi, antara lain:

1) Komunikasi Satu Arah

Model ini terjadi dalam satu arah hanya dari pengirim ke penerima pesan, dan tidak ada umpan balik. Model ini menekankan bagaimana mengatur suatu “pesan” sehingga layak diterima dan dipahami oleh penerima. Model ini menjelaskan bahwa, pesan itu berterima hanya jika pengirim dapat memanipulasi penerima, dan manipulasi itu hanya dapat dilakukan melalui manipulasi pesan. Proses komunikasi satu arah dapat digambarkan sebagai berikut.

Encoder → *message* → *channel* → *decoder*

2) Komunikasi Dua Arah dan Interaktif

Model ini menjelaskan bahwa peranan penerima sama dengan peranan pengirim atau komunikator, peranan ini terlihat ketika memberikan umpan balik pesan kepada pengirim, atau dapat disebut “model dua arah”. Model ini dapat digambarkan sebagai berikut.

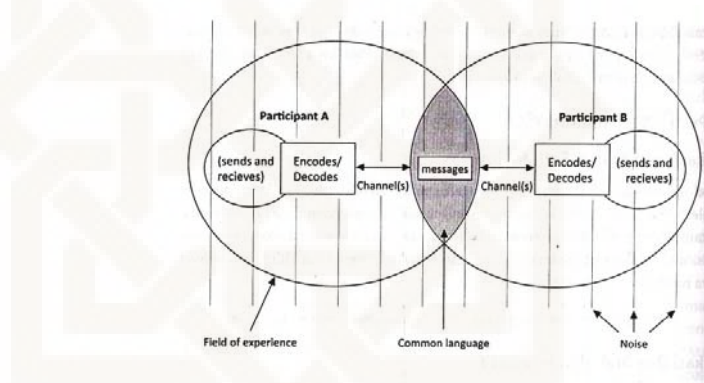
encoder → *message* → *channel* → *decoder*
↓ ↓
← *feedback* →

3) Komunikasi Transaksi

Pendekatan ini berfokus pada “makna” yang dibagi atau yang dipertukarkan dengan memperhitungkan berbagai faktor

yang mempengaruhi komunikasi. Model ini merupakan kepenuhan dari model satu arah dan dua arah. Pada saat proses komunikasi, jika pesan tidak diterima sebagaimana yang dimaksudkan pengirim, maka komunikasi terus berproses sampai dua pihak menentukan makna sesungguhnya. Model transaksi dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 2
Model Transaksi



Sumber : Liliweri, 2011:80

2. Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar manusia dijelaskan oleh Joseph A. Devito dalam hal komunikasi dan hubungan antar pribadi, menurut (Devito, 2011:252), komunikasi antar pribadi adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera. Sedangkan menurut Kathelen S. Verderber *et. al* dalam (Budyatna dan Mona, 2011:14), menjelaskan bahwa komunikasi antar pribadi

merupakan proses melalui mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna. Hubungan antar pribadi terdapat pengungkapan dan umpan balik antara satu sama lain, seperti dijelaskan menurut (Budyatna dan Mona, 2011:40), hubungan antar pribadi yang sehat ditandai oleh keseimbangan pengungkapan diri atau *self disclosure* yang tepat yaitu saling memberikan data biografis, gagasan pribadi, dan perasaan-perasaan yang tidak diketahui bagi orang lain, dan umpan balik berupa verbal dan respons-respons fisik kepada orang lain dan/ atau pesan-pesan mereka di dalam suatu hubungan.

a. Karakteristik Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi menurut Judy C. Pearson dalam (Kania, 2014: 6) memiliki karakteristik antara lain sebagai berikut :

- 1) Komunikasi antar pribadi dimulai dengan diri sendiri (*self*). Berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pemaknaan berpusat pada diri kita, artinya dipengaruhi oleh pengalaman dan pengamatan kita.
- 2) Komunikasi antar pribadi bersifat transaksional. Anggapan ini mengacu pada pihak-pihak yang berkomunikasi secara serempak dan bersifat sejajar, menyampaikan dan menerima pesan.
- 3) Komunikasi antar pribadi mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antar pribadi. Artinya isi pesan dipengaruhi oleh hubungan antar pihak yang berkomunikasi.

- 4) Komunikasi antar pribadi mensyaratkan kedekatan fisik antar pihak yang berkomunikasi.
- 5) Komunikasi antar pribadi melibatkan pihak-pihak yang saling bergantung pada satu sama lainnya dalam proses komunikasi.
- 6) Komunikasi antar pribadi tidak dapat diubah maupun diulang. Jika salah mengucapkan sesuatu maka tidak dapat diubah kembali.

b. Tujuan Komunikasi Antar Pribadi

Menurut (Suranto, 2011: 19-21), ada beberapa tujuan komunikasi antar pribadi antara lain :

- 1) Mengungkapkan perhatian kepada orang lain.
- 2) Menemukan diri sendiri.
- 3) Menemukan dunia luar.
- 4) Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis.
- 5) Mempengaruhi sikap dan tingkah laku.
- 6) Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu.
- 7) Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi.
- 8) Memberikan bantuan (konseling).

c. Komunikator

Penelitian ini berfokus pada seorang pemandu sebagai komunikator, komunikator memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan untuk mengirimkan pesan dan

mempengaruhi komunikasi, dalam penelitian ini komunikator adalah seorang pemandu wisata. Menurut Dominick dalam (Morissan, 2013:17), proses komunikasi berawal dari sumber (*source*) atau pengirim pesan yaitu di mana gagasan, ide atau pikiran berasal yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan.

Berdasarkan pendapat Tan dalam (Suranto, 2011:119), karakteristik komunikator yang mencakup keahlian atau kredibilitas, daya tarik dan kepercayaan, merupakan faktor yang sangat berpengaruh dan menentukan keberhasilan komunikator dalam melaksanakan komunikasi. Fungsi komunikator adalah mengatur perasaan dan pikirannya dalam bentuk penyusunan pesan untuk membuat komunikasi menjadi tahu atau berubah sikap, pendapat dan perilakunya. Komunikator sebagai personal memiliki pengaruh cukup besar terhadap komunikasi bukan hanya dilihat dari kemampuan menyampaikan pesan, akan tetapi juga menyangkut berbagai aspek karakteristik komunikator. Lebih lanjut menjelaskan bahwa keefektifan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh komunikasi tetapi juga diri komunikator.

1) Teori Kredibilitas (*Credibility Theory*)

Menurut Gobbel dalam (Rahim, 2009:73) menyatakan bahwa seorang komunikator yang efektif harus memiliki

kredibilitas yang tinggi. Sedangkan menurut Mc. Crowskey (Rahim, 2009:73) menjelaskan bahwa kredibilitas seorang komunikator dapat bersumber dari.

a) Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi adalah penguasaan yang dimiliki oleh seorang komunikator pada masalah yang dibahasnya.

b) Sikap (*Character*)

Sikap menunjukkan pribadi komunikator, seperti tegar atau toleran dalam sebuah prinsip.

c) Tujuan (*Intention*)

Tujuan menunjukkan apakah hal-hal yang disampaikan oleh komunikator punya maksud baik atau tidak.

d) Kepribadian (*Personality*)

Kepribadian menunjukkan apakah pembicara memiliki pribadi yang hangat dan bersahabat.

e) Dinamika (*Dynamic*)

Dinamika menunjukkan apakah hal yang disampaikan itu menarik atau sebaliknya justru membosankan.

2) Kredibilitas Komunikator

Kredibilitas atau kewibawaan seorang komunikator sangat penting dalam proses komunikasi antar pribadi, karena semakin berwibawa seorang komunikator di mata komunikan, maka akan

semakin mudah mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku komunikan. Menurut (Suranto, 2011:120), terdapat tiga indikator yang menentukan kredibilitas komunikator, diantaranya :

a) Keahlian

Kesan yang dibentuk komunikator tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik atau pesan yang disampaikan kepada komunikan. Keahlian tergantung pada keterampilan pengalaman, kemampuan dan kecerdasan.

b) Keterpercayaan

Tingkat yang menunjukkan sejauh mana seorang sumber dipercaya dan mampu mengkomunikasikan pendiriannya tanpa prasangka. Keterpercayaan adalah kesan komunikator tentang komunikator yang berhubungan dengan watak. Sumber yang dipercaya akan lebih mudah meyakinkan komunikator.

c) Empati

Seorang komunikator harus merasakan apa yang dirasakan orang lain, agar komunikasi secara efektif dengan komunikan dari strata sosial yang lain dapat terlaksana. Meskipun antara komunikator dan komunikan berbeda latar belakang, komunikasi tidak akan gagal.

3) Daya Tarik Komunikator

Selain kredibilitas, komunikator harus mempunyai daya tarik tersendiri dalam menyampaikan pesan, untuk mempengaruhi komunikan.

1. Daya tarik fisik (*physical attractiveness*)

Daya tarik secara fisik memudahkan tercapainya simpati dan perhatian orang, sehingga lebih efektif dalam mempengaruhi orang lain, diperlakukan lebih sopan, dan menjadi pusat perhatian.

2. Kesamaan

Seorang komunikator mempunyai kesamaan dengan komunikan akan memberi daya tarik sendiri, dibanding komunikator yang memiliki perbedaan banyak hal dengan komunikan. Menurut Jalaludin Rahmat dalam (Suranto, 2011:121), menerangkan bahwa komunikator yang dipersepsi memiliki kesamaan dengan komunikan, cenderung berkomunikasi lebih efektif dengan alasan kesamaan membantu membangun premis yang sama. Sementara premis akan membantu mempermudah proses deduktif yang berarti bila kesamaan disposisional relevan dengan topik komunikasi, orang akan terpengaruh oleh komunikan. Kesamaan menyebabkan komunikan tertarik pada komunikator.

3. Keakraban

Seorang komunikator yang akrab dengan komunikan akan lebih menarik dan akhirnya menjadikan komunikasi efektif. Seorang komunikan akan lebih menyenangi komunikator yang memiliki hubungan erat dengan dirinya. Komunikator yang berhasil mendekatkan hubungan lebih memperoleh tanggapan positif, sementara orang yang berusaha menjauhkan diri, tidak diperhatikan. (Suranto, 2011,121-122).

Tidak hanya faktor dari diri seorang komunikator untuk dapat mempengaruhi seseorang komunikan, namun isi pesan yang disampaikan harus mempunyai karakter.

4) Sikap Positif yang Mendukung Komunikasi Antar Pribadi

Menurut Devito dalam (Suranto, 2011,82-84), terdapat lima sikap positif yang perlu dipertimbangkan ketika seseorang merencanakan komunikasi interpersonal, antara lain :

a) Keterbukaan (*openess*)

Sikap dapat menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi pending kepada orang lain. Kesiediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasa disembunyikan. Sikap keterbukaan ditandai dengan kejujuran dan merespon segala stimuli komunikasi.

b) Empati (*empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk merasakan kalau seandainya menjadi orang lain, dapat memahami sesuatu yang sedang dialami orang lain, dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain, dan dapat memahami sesuatu persoalan dari sudut pandang orang lain, melalui kaca mata orang lain.

c) Sikap mendukung (*supportiveness*)

Sikap dimana masing-masing pihak yang berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka. Respon yang relevan adalah respon yang bersifat spontan dan lugas, pemaparan gagasan bersifat deskriptif naratif, dan pola pengambilan keputusan bersifat akomodatif.

d) Sikap positif (*positiveness*)

Sikap positif ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku. Sikap maksudnya bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi interpersonal harus memiliki perasaan dan pikiran positif. Dalam bentuk perilaku bahwa tindakan yang dipilih adalah yang relevan dengan tujuan komunikasi interpersonal, yang secara nyata melakukan aktivitas untuk terjalannya kerjasama.

e) Kesetaraan (*equality*)

Kesetaraan adalah pengakuan bahwa kedua belah pihak memiliki kepentingan, kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga dan saling memerlukan.

d. Teori Analisis Transaksional

Salah satu model dalam hubungan interpersonal adalah model permainan yang dikenal dengan analisis transaksional. Menurut Erick Berne dalam (Rakhmat, 2009:123), model ini menjelaskan bahwa orang-orang berhubungan dalam bermacam-macam permainan. Ada tiga bagian kepribadian manusia, yaitu orang tua, orang dewasa, dan anak (*parent, adult, child*). Orang tua adalah aspek kepribadian yang merupakan asumsi dan perilaku yang kita terima dari orang tua atau orang yang dianggap sebagai orang tua. Orang dewasa adalah bagian kepribadian yang mengolah informasi secara rasional sesuai dengan situasi, dan biasanya berkenaan dengan masalah-masalah penting yang memerlukan pengambilan keputusan secara sadar. Anak adalah unsur kepribadian yang diambil dari perasaan dan pengalaman kanak-kanak dan mengandung potensi intuisi, spontanitas, kreativitas, dan kesenangan.

e. Pendekatan Komunikasi

Menurut (Suranto, 2011:114-118) Terdapat empat pendekatan dalam komunikasi antar pribadi, yaitu :

1) Informatif

Pada hakikatnya komunikator hanya menyampaikan informasi kepada komunikan. Target yang akan dicapai sekurangnya terjadi perubahan pengetahuan. Jadi komunikan memperoleh pengetahuan baru setelah diterpa pesan komunikasi interpersonal.

2) Dialogis

Terjadi percakapan atau dialog, menuju proses berbagai informasi. Pada pendekatan ini kedua belah pihak berada pada posisi sejajar, mereka tidak membujuk teman bicaranya agar mau menerima pendapat, bahkan bersedia mengubah pandangannya dan mendengarkan pandangan teman bicara. Pendekatan dialogis ini merupakan cara mempengaruhi dan mengubah pandangan maupun sikap orang lain dengan terbuka.

3) Persuasif

Persuasi merupakan proses komunikasi yang kompleks yang dilakukan oleh individu dengan menggunakan pesan secara verbal maupun nonverbal, yang dilakukan dengan cara membujuk atau memberikan dorongan yang bertujuan untuk mengubah sikap dan tingkah laku seseorang, dan dilandasi kerelaan dan senang hati sesuai dengan pesan yang diterima.

4) Instruktif

Pendekatan ini memposisikan komunikator dalam posisi tawar yang sangat tinggi, di mana dia dapat legitimasi untuk memerintahkan, mengajarkan, dan bahkan mengajukan satu macam ide kepada komunikan. Pendekatan ini harus dilakukan dengan tegas, pesan yang disampaikan adalah perintah. (Suranto, 2011:118).

f. Karakteristik Pesan Komunikator

Menurut Hovland dalam (Suranto, 2011:119), menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan komunikator yang memiliki kredibilitas (keahlian dan keterpercayaan) tinggi akan lebih banyak berpengaruh kepada perubahan sikap dan perilaku penerima pesan.

Pesan yang disampaikan komunikator akan berhasil dan mencapai tujuan jika mempunyai karakteristik tertentu, menurut (Suranto, 2011:122) karakteristik tersebut antara lain :

- 1) Pesan/ ajakan yang disampaikan kepada masyarakat atau pihak-pihak tertentu harus dapat menstimulir sesuatu pada sasaran.
- 2) Pesan harus berisi lambang-lambang atau tanda-tanda komunikasi yang sesuai dengan daya tangkap, daya serap dan daya tafsir dari sebagian besar masyarakat atau golongan tertentu.
- 3) Pesan harus dapat membangkitkan keperluan atau kepentingan (*needs*) tertentu pada sasarnya dan kemudian menyerahkan usaha

dan upaya disesuaikan dengan situasi dan norma kelompok di mana sasaran itu berada.

- 4) Pesan harus dapat membangkitkan harapan-harapan tertentu dan sebagainya.

3. Desa Wisata

a. Pengertian Desa Wisata

Desa wisata menurut Pariwisata Inti Rakyat (PIR) dalam (Sakti, 2012, 68), adalah “Suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian perdesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi yang dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya : atraksi, akomodasi, makanan, minuman, dan kebutuhan wisata lainnya”. Sementara menurut Inskeep dalam (Sakti, 2012: 68), pariwisata pedesaan adalah “*Where small group of tourist stay in or near traditional, often remote villages and learn about village life and the local environment* (Bentuk pariwisata dimana sekelompok kecil wisatawan tinggal di dalam atau di dekat suasana tradisional, sering di desa-desa terpencil dan sekaligus mempelajari kehidupan desa maupun lingkungan setempat)”. Berkaitan dengan konsep desa wisata, di dalam (Demartoto,

2009:123), menjelaskan tentang pariwisata pedesaan, bila dilihat dari perspektif lingkungan masyarakatnya, pariwisata pedesaan merupakan bentuk dari pariwisata dengan objek dan daya tarik berupa kehidupan desa yang memiliki ciri-ciri khusus dalam masyarakatnya, panoramanya, dan budayanya, sehingga mempunyai peluang untuk dijadikan komoditi bagi wisatawan, khususnya wisatawan asing.

b. Syarat Menjadi Desa Wisata

Sebuah desa dapat ditetapkan sebagai desa wisata, harus memenuhi beberapa persyaratan. Persyaratan tersebut menurut (Sakti, 2012 : 69) adalah sebagai berikut :

- 1) Aksesibilitas baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis transportasi.
- 2) Memiliki obyek-obyek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai obyek wisata.
- 3) Masyarakat dan aparat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya.
- 4) Keamanan di desa tersebut terjamin.
- 5) Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai.

- 6) Beriklim sejuk atau dingin.
- 7) Berhubungan dengan obyek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

c. Pramuwisata (Pemandu Wisata)

Pemandu wisata atau yang disebut dengan pramuwisata (*guide*) pada hakikatnya adalah seorang yang menemani, memberikan informasi, dan bimbingan serta saran kepada wisatawan dalam melakukan aktivitas wisatanya. Aktivitas tersebut, antara lain mengunjungi objek dan atraksi wisata, berbelanja, makan di restoran, dan aktivitas wisata lainnya dan untuk itu ia mendapat imbalan tertentu (Suyitno, 2005:1). Berkaitan dengan pemandu wisata, pada penelitian ini adalah seorang *Foreign Tourist Guide* atau pramuwisata yang memandu wisatawan mancanegara. Menurut (Suyitno, 2005:7), dalam skala yang lebih luas pramuwisata adalah duta bangsa atau setidaknya duta daerah tempat ia melakukan tugasnya. Apa yang diekspresikan oleh pramuwisata dianggap oleh wisatawan sebagai cerminan karakter masyarakat setempat, demikian pula apa yang disampaikan oleh pramuwisata akan dipercaya oleh wisatawan sebagai pengetahuan yang akan selalu diingat hingga kembali ke tempat asal. Pramuwisata hendaknya memberikan informasi dengan benar menyangkut negara, kota, maupun suatu desa, objek wisata, budaya, dan lain sebagainya.

Menurut (Suyitno, 2005:23-24), ada beberapa pengetahuan yang harus dimiliki oleh pramuwisata meliputi :

- 1) Pengetahuan tentang diri sendiri ; seorang pramuwisata harus tahu tentang dirinya dan posisinya. Pramuwisata akan mengetahui kekurangan yang harus diperbaikinya maupun kelebihan yang harus senantiasa dipupuk dan dikembangkan demi menciptakan kualitas pelayanan yang lebih sempurna.
- 2) Pengetahuan tentang wisatawan; wisatawan perlu dikenali oleh pramuwisata. Pengenalan ini dilakukan agar pramuwisata dapat memberikan pelayanan secara tepat sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh wisatawan. Setiap wisatawan mempunyai alasan masing-masing dalam perjalanannya sehingga pramuwisata harus dapat mengantisipasi layanan yang tepat dan dapat memenuhi alasan yang mendorong wisatawan melakukan wisata itu.
- 3) Pengetahuan tentang kegiatan yang dilakukan; pengetahuan tersebut terdiri dari *pertama* pengetahuan tentang uraian tugas dari setiap kegiatannya, sebagai petunjuk dan arahan bagi pramuwisata tentang hal apa saja yang harus dilakukan sehingga berjalan terarah dan sistematis. *Kedua* pengetahuan tentang materi pemanduan, dalam hal ini pramuwisata harus dapat melengkapi diri dengan berbagai informasi, tidak terbatas pada informasi pariwisata akan tetapi pada informasi umum lainnya. *Ketiga* pengetahuan tentang teknik presentasi, sebagai acuan untuk

penyampaian materi. Sehingga pelayanan yang diberikan kepada wisatawan benar-benar berkualitas dan tepat sasaran.

d. Wisatawan

Wisatawan menurut *United Nation Conference on Travel and Tourism* Roma dalam (Demartoto, 2009:8), memberikan batasan untuk istilah pengunjung (*visitor*) yaitu : “Setiap orang yang mengunjungi negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya, untuk berbagai tujuan, tetapi bukan untuk mencari pekerjaan atau penghidupan dari negara yang dikunjungi”.

1) Jenis Wisatawan

Menurut (Sakti, 2012: 70-71), wisatawan yang berkunjung ke sebuah desa wisata dibagi menjadi dua jenis antara lain :

a) Wisatawan Domestik

Terdapat tiga jenis pengunjung domestik yaitu :

- (1) Wisatawan atau pengunjung rutin yang tinggal di daerah dekat desa tersebut.
- (2) Wisatawan dari luar daerah (luar kota atau luar provinsi), yang transit atau lewat dengan motivasi membeli kerajinan khas setempat.
- (3) Wisatawan domestik yang secara khusus mengadakan perjalanan wisata ke daerah tertentu, dengan motivasi

mengunjungi daerah pedesaan penghasil kerajinan secara pribadi.

b) Wisatawan Mancanegara

Terdapat tiga jenis pengunjung mancanegara yaitu :

(1) Wisatawan yang suka berpetualang dan berminat khusus pada kehidupan dan kebudayaan di pedesaan. Umumnya wisatawan ini tidak ingin bertemu dengan wisatawan lainnya dan berusaha mengunjungi kampung atau desa dimana tidak begitu banyak wisatawan asing.

(2) Wisatawan yang pergi dalam *group*. Pada umumnya mereka tidak tinggal lama di dalam kampung/ desa dan hanya tertarik pada hasil kerajinan setempat.

(3) Wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi dan hidup di dalam kampung/ desa dengan motivasi merasakan kehidupan di luar komunitas yang biasa dihadapi.

2) Batasan Wisatawan

Terkait dengan wisatawan, terdapat batasan yang secara umum disepakati dalam pariwisata, khususnya pariwisata internasional. Menurut *World Tourism Organization* (WTO) dalam (Pitana&Surya, 2009:46), antara lain :

a) *Traveler*, adalah orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokalitas.

- b) *Visitor*, yaitu orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12 bulan, dan tujuan perjalanannya bukanlah untuk terlibat dalam kegiatan untuk mencari nafkah, pendapatan, atau penghidupan di tempat tujuan.
- c) *Tourist*, yaitu bagian dari visitor yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam (24 jam) di daerah yang dikunjungi.

e. Pengelolaan Wisata

Pengelolaan wisata berguna untuk keberlangsungan kegiatan wisata. Menurut Soewarno dalam (Sakti, 2012:57), “Pengelolaan adalah pengendalian atau menyelenggarakan berbagai sumber daya secara berhasil guna untuk mencapai sasaran”. Desa wisata terbentuk karena pemandu wisata lokal yang berasal tempat tersebut, sehingga dapat dijadikan sebagai penyedia informasi/ *information provider* untuk para wisatawan sekaligus ujung tombak dalam mengembangkan desa wisata. Hasil penelitian Ap&Wong dalam (Demartoto, 2009:95) menjelaskan bahwa “Pemandu wisata merupakan salah satu komponen *stakeholder* pariwisata yang memiliki peran penting sebagai penghubung antara tamu (wisatawan) dan tuan rumah (penduduk setempat). Pemandu wisata lokal berfungsi untuk menyampaikan interpretasi kepada wisatawan. Seperti yang dijelaskan oleh Stewart dalam (Demartoto, 2009:97)

interpretasi pariwisata adalah : “...a process of communicating to people the significance of the place so that they can enjoy it more, understand its importance, and develop a positive attitude toward conservation. Interpretations is used to enhance the enjoyment of place, to convey symbolic meaning, and to facilitate behavioral change”. (Sebuah proses komunikasi pada orang penting yang berada pada tempat (wisata) tersebut, sehingga mereka dapat menikmati lebih, memahami kepentingannya, dan mengembangkan sikap positif terhadap konservasi. Interpretasi digunakan untuk meningkatkan kenyamanan tempat, untuk menyampaikan makna simbolis, dan untuk memfasilitasi perubahan perilaku).

Desa wisata dapat diwujudkan dengan cara melakukan manajemen berbasis komunitas lokal. Paradigma dalam pengelolaan ekowisata, diantaranya pendekatan berbasis komunitas (*community management*), pendekatan berbasis komunitas adalah pendekatan pada keberpihakan kepada masyarakat setempat agar mampu mempertahankan budaya lokal dan sekaligus meningkatkan kesejahteraan (Demartoto, 2009:51).

Pengelolaan wisata haruslah mengacu pada prinsip-prinsip yang menekankan pada kelestarian lingkungan, komunitas, nilai sosial dan bermanfaat bagi masyarakat lokal.

1) Prinsip Pengelolaan Wisata

Prinsip-prinsip dalam pengelolaan wisata menurut Cox dalam (Pitana&Surya, 2009:81).antara lain :

- a) Pembangunan dan pengembangan pariwisata harus didasarkan pada kearifan lokal dan *special local sense* yang merefleksikan keunikan peninggalan budaya dan keunikan lingkungan.
- b) Preservasi, proteksi dan peningkatan kualitas sumber daya yang menjadi bisnis pengembangan kawasan pariwisata.
- c) Pengembangan atraksi wisata tambahan yang mengakar pada kekhasan budaya lokal.
- d) Pelayanan kepada wisatawan yang berbasis keunikan budaya dan lingkungan lokal.
- e) Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata, dalam hal ini memberikan manfaat positif.

f. Daya Dukung Wisata

Wisata terbentuk karena ada beberapa elemen yang mendukungnya. Daya dukung wisata merupakan konsep dari *Carrying Capacity*/ daya dukung kawasan. Menurut Liu dalam (Pitana&Surya, 2009:136-137), terdapat tiga konsep *carrying capacity* dalam pengembangan destinasi pariwisata antara lain :

1) *Physical carrying capacity*

Merupakan kemampuan suatu kawasan alam atau destinasi wisata untuk menampung pengunjung/ wisatawan, penduduk asli, aktivitas/ kegiatan wisata, dan fasilitas penunjang ekowisata.

2) *Biological carrying capacity*

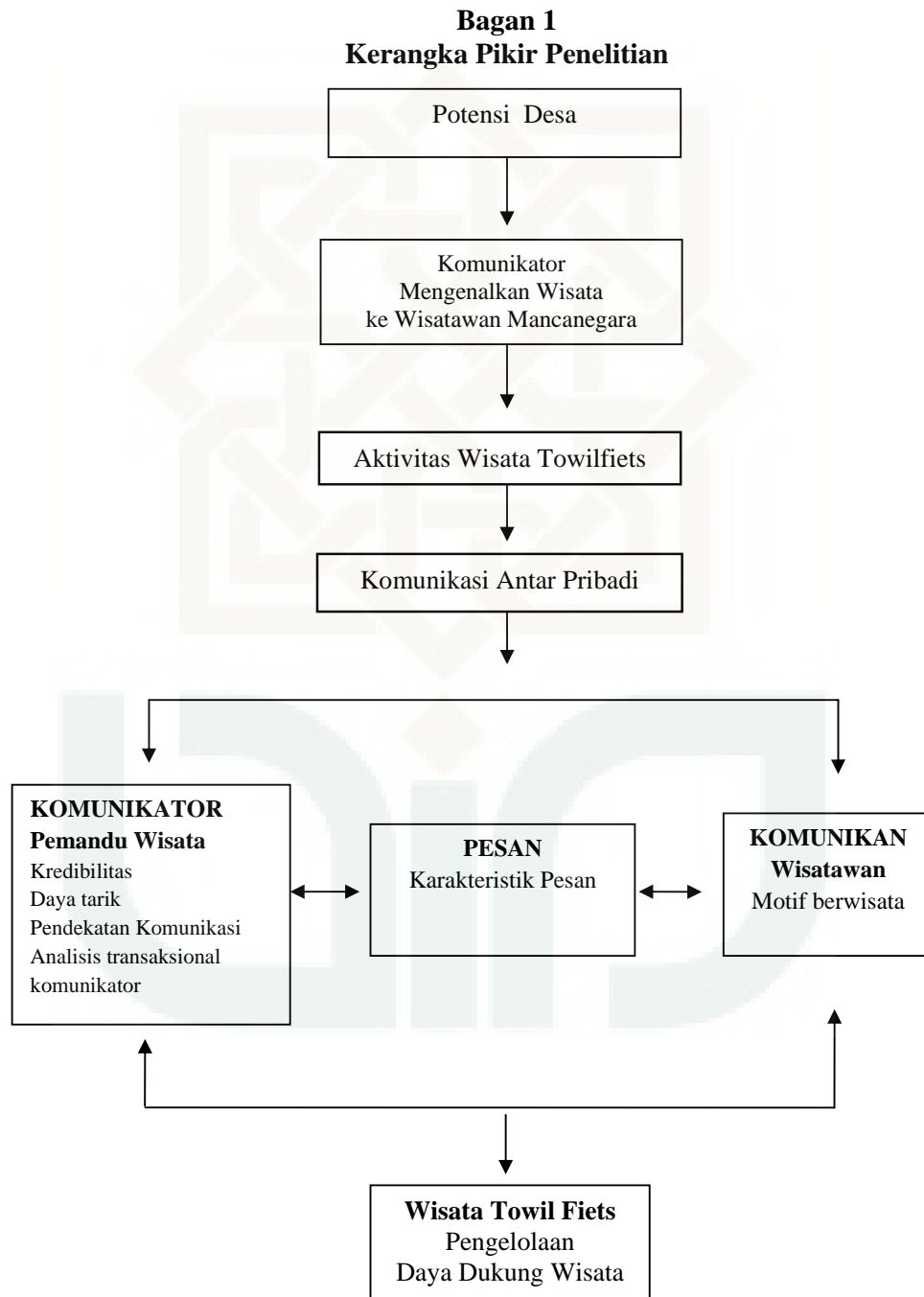
Konsep ini merefleksikan interaksi destinasi pariwisata dengan ekosistem flora dan fauna. Konsep ini memerlukan peran pemerintah untuk membantu menjaga ekosistem lingkungan di kawasan lindung dan konservasi serta harus memberlakukan peraturan.

3) *Social/ cultural carrying capacity*

Konsep ini merefleksikan dampak pengunjung/ wisatawan pada *lifestyle* komunitas lokal. Wisatawan umumnya mempunyai tingkat pendidikan yang lebih baik dan ingin mendapatkan pengalaman berinteraksi dengan penduduk lokal dan adat atau kebiasaan uniknya.

G. Kerangka Pemikiran

Peneliti menggambarkan kerangka berpikir, untuk dijadikan sebagai landasan berpikir dalam penelitian.



Sumber : Olahan Peneliti

H. Metode Penelitian

Penelitian membutuhkan sebuah metode-metode, metode penelitian merupakan serangkaian prosedur untuk melakukan penelitian agar penelitian yang dilakukan tersusun secara sistematis dan menghasilkan penjelasan yang objektif serta ilmiah.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Bogdan&Taylor dalam (Moleong, 2014:4), mendefinisikan “Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”. Sedangkan metode penelitian akan menggunakan metode deskriptif. Jenis riset ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Riset ini menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel (Kriyantono,2006:69).

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Amirin dalam (Idrus, 2009:91), merupakan seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan. Subjek penelitian ini adalah pemandu wisata Towilfiets. Subjek yang diteliti menggunakan prosedur purposif, dimana peneliti

menentukan peserta informan sesuai dengan kriteria yang dipilih dan relevan dengan masalah penelitian tertentu. (Bungin, 2007:107).

b. **Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah suatu yang ingin diketahui dari subjek penelitian. Objek penelitian yang diteliti adalah komunikasi antar pribadi pada komunikator sebagai pemandu wisata dalam mendukung desa wisata di Wisata Towilfiets.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. **Jenis Data**

1) **Data Primer**

Data primer merupakan data yang langsung didapat di lapangan atau lokasi penelitian dari subjek penelitian. Peneliti menggunakan kegiatan wawancara mendalam untuk mendapatkan data primer terkait komunikasi antar pribadi pada komunikator sebagai pemandu wisata dalam mendukung desa wisata di Wisata Towilfiets.

2) **Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang digunakan dalam penelitian untuk pendukung dan melengkapi data primer. Peneliti menggunakan kegiatan observasi dan dokumentasi untuk melengkapi data penelitian di lapangan.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini diantaranya :

1) Observasi

Teknik observasi ini dijelaskan oleh Bungin dalam (Satori dan Komariah, 2009:105). Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan. Teknik ini dilakukan dengan panca indera peneliti, dalam melakukan penelitian. Peneliti akan langsung melakukan observasi ke tempat penelitian yaitu ke wisata Towilfiets, di Dusun Bantar Kulon, Desa Banguncipto, Kecamatan Sentolo, Kulonprogo.

2) Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2010:102). Peneliti akan melakukan wawancara yang mendalam dengan informan untuk mendapatkan data yang langsung dari sumbernya (data primer). Peneliti akan melakukan wawancara dengan para tour guide guna mendapatkan data primer.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data yang didapat dari sebuah dokumen. Peneliti akan mendapatkan data-data pendukung

(sekunder) dengan teknik ini. Menurut Nasution (Ardianto, 2010:185), dokumen terdiri atas tulisan pribadi, seperti buku harian, surat-surat, dan dokumen resmi. Sedangkan menurut (Satori dan Komariah, 2009:148), dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Selain observasi dan wawancara, peneliti akan mencari data berupa dokumen-dokumen yang mendukung dari lokasi penelitian, baik menggunakan foto, video, media online, dan dokumen yang didapat dari tempat penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan&Biklen dalam (Moleong, 2014:248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Data-data penelitian yang diperoleh dari penelitian akan peneliti lakukan dengan menggunakan analisis data menurut Miles dan Huberman. Menurut Emzir dalam (Ardianto, 2010:223) ada tiga jenis kegiatan dalam analisis data menurut Miles dan Huberman antara lain :

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, dan memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan.

b. Model data (data display)

Pada tahap ini kumpulan informasi yang tersusun kemudian dideskripsikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering adalah teks naratif.

c. Penarikan/ Verifikasi kesimpulan

Memutuskan tentang makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi-proposisi.

5. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber menurut Patton dalam (Moleong, 2014:330), “Berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif”. Peneliti melakukan triangulasi sumber, yakni melakukan triangulasi dari wisatawan mancanegara dan *travel agent* pengantar wisatawan tersebut, tokoh masyarakat, dan masyarakat biasa untuk mengecek derajat informasi dari subjek penelitian.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian komunikasi antar pribadi yang dilakukan antara pemandu wisata dengan wisatawan mancanegara terkait mendukung desa wisata di wisata Towilfiets dapat disimpulkan bahwa pemandu wisata sebagai komunikator dalam hal melakukan sebuah komunikasi antar pribadi melakukan komunikasi untuk mengenalkan wisata dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan pesan wisata, yaitu komunikasi dengan relasi dimana pihak-pihak tersebut mempunyai hubungan antar pribadi dengan komunikator. Di dalam proses komunikasi antara pemandu wisata dengan wisatawan mancanegara, pemandu wisata menggunakan kredibilitas komunikator yaitu kemampuan dan pengalaman komunikator menjadi seorang *tour guide*, dan penguasaan pengetahuan di kawasan desa wisata.

Pemandu wisata sebagai komunikator melakukan komunikasi dengan wisatawan dengan cara membangun sebuah keakraban. Keakraban tersebut dibangun oleh pemandu wisata pada saat aktivitas wisata, pemandu melakukan cara-cara untuk membuat suatu keakraban berdasarkan usia dan karakter wisatawan. Setelah itu membangun kesamaan dengan wisatawan, kesamaan tersebut dilakukan dengan cara melihat latar belakang wisatawan, seperti aktivitas dan profesi wisatawan di negara asalnya, sehingga latar

belakang tersebut bisa ditemukan oleh wisatawan melalui objek-objek yang ada di desa wisata.

Selain itu, pemandu wisata melakukan pendekatan-pendekatan komunikasi antar pribadi dalam menyampaikan pesan wisata ketika melakukan aktivitas wisata. Pendekatan tersebut dilakukan dengan empat pendekatan, yaitu informatif, dialogis, persuasif, dan instruktif. Pendekatan informatif dilakukan dengan cara memberikan informasi desa wisata ke wisatawan mancanegara, kemudian pemandu memberikan informasi mengenai objek-objek wisata dan aktivitas masyarakat desa. Informasi tersebut diberikan secara detail, mengenai suatu objek, proses, dan hal lain terkait wisata. Pendekatan dialogis dilakukan pada saat pemandu berdialog dengan wisatawan, dialog tersebut dilakukan dengan cara bertransaksi, pemandu saling bertukar informasi dengan wisatawan tentang objek yang dilalui, maupun dalam membangun sebuah keakraban dengan saling mengenal satu sama lain. Pendekatan persuasif dilakukan oleh komunikator dengan cara mengajak wisatawan untuk berinteraksi langsung dengan aktivitas masyarakat, selain itu pemandu juga mengajak untuk mempelajari budaya masyarakat desa, agar wisatawan mendapatkan sebuah pelajaran dari wisata ini. Untuk pendekatan instruktif, pemandu kurang melakukan pendekatan ini ketika wisatawan mencoba melakukan aktivitas masyarakat, untuk memberikan sebuah arahan dalam melakukan aktivitas pada objek wisata.

Di dalam pengelolaan desa wisata, pengelolaan komunikasi antar pribadi dilakukan dengan cara memelihara hubungan antar pihak-pihak yang

terkait seperti *travel agent*, wisatawan, para pemandu, dan masyarakat. Semua pihak yang terkait wisata dipelihara dengan cara komunikasi antar pribadi. Pemandu wisata dalam mendukung wisata ini, tidak melakukan dukungan secara fisik. Karena secara fisik wisata ini tidak di-*setting*, objek wisata dan aktivitas masyarakat desa tersebut tidak dikelola oleh pemandu wisata. Begitu juga terkait flora dan fauna, elemen makhluk hidup ini tidak didukung oleh pemandu, karena elemen ini sudah ada dan dikelola masyarakat masing-masing, dan pemandu memanfaatkan elemen ini agar wisatawan dapat berinteraksi flora dan fauna yang ada di desa.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti berkesimpulan bahwa komunikator telah melakukan komunikasi antar pribadi dalam mendukung sebuah desa wisata. Komunikator melakukan komunikasi dengan cara mengenalkan desa wisata ini ke wisatawan mancanegara. Pemandu wisata dalam berkomunikasi dengan wisatawan menggunakan kredilitas dan membangun daya tarik antar pribadi, serta melakukan semua pendekatan komunikasi antar pribadi . Terkait dengan daya dukung wisata, pemandu hanya mendukung dari aspek sosial dan budaya masyarakat, aspek ini menjadi bahan untuk diberikan kepada wisatawan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk para peneliti yang akan melakukan penelitian di wisata Towilfiets, memungkinkan untuk mengkaji aktivitas wisata ini dari beberapa sudut pandang komunikasi, selain komunikasi antar pribadi yang dilakukan peneliti, peneliti selanjutnya dapat mengkaji dari sudut pandang pola komunikasi, strategi komunikasi, komunikasi antar budaya dan hubungan internasional. Selain dari sudut pandang komunikasi, peneliti selanjutnya tentu dapat mengkaji dari bidang kepariwisataan, bidang ini menjadi peluang yang sangat luas karena menyangkut sebuah tempat wisata.

2. Bagi Wisata Towilfiets

Saran dari peneliti agar lebih memberikan sebuah informasi atau profil wisata yang lengkap kepada publik khususnya di media online seperti website, sehingga para peneliti yang akan meneliti tidak kesulitan untuk mencari informasi wisata dan sebuah gambaran umum mengenai wisata tersebut. Peneliti berharap agar pihak wisata semakin mendukung para peneliti yang akan melakukan penelitian di wisata Towilfiets.

3. Bagi Pembaca

Bagi para pembaca agar dapat mengambil hikmah dan pelajaran dari penelitian ini. Khususnya upaya dari masyarakat yang dapat membuat desanya menjadi sebuah tempat wisata. Kemampuan, kerja keras dan saling membantu dengan teman menjadi modal untuk mewujudkan sebuah impian yang dicita-citakan. Sosok-sosok ini tentunya diharapkan lahir dari berbagai daerah karena untuk memajukan bangsa Indonesia tidak harus pemerintah yang memiliki peran, namun masyarakat yang mandiri punya inisiatif memajukan perekonomian di setiap daerah menjadi hal yang tidak kalah penting.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an :

Al-Qur'an Digital Versi 3.2

Buku :

Alikodra, Hadi. S,(2012). *Konservasi Sumberdaya Alam dan Lingkungan*. Gajah Mada University Press: Yogyakarta

Budyatna, Muhammad & Leila Mona Ganiem. (2010). *Teori Komunikasi Antar pribadi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Demartoto, Argyo. (2009), *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat* Surakarta: Sebelas Maret University Press

Devito, Joseph A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang: Karisma Publishing Group

Idrus, Muhammad.(2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga

Kania, Nia. Kurniawati. (2014), *Komunikasi AntarPribadi. Konsep dan Teori Dasar*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Kriyantono, Rahmat. (2010). *Teknik Praktis, Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Liliweri, Alo. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Moleong, Lexy. J.(2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Mulyana, Deddy. (2011). *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Pitana, Gede, Ketut Surya Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: C.V Andi
- Rakhmat, Jalaluddin. (2009). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sakti, Suryo. Hadiwijoyo. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Satori, Djam'an, Aan Komariah. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suyitno. (2005). *Pemandu Wisata (Tour Guiding)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Skripsi/ Penelitian :

- Skripsi Arina Fitri Rahmawati "POLA KOMUNIKASI GUIDE (PEMANDU WISATA) KAMPUNG WISATA BATIK KAUMAN DI SURAKARTA" (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pola Komunikasi Guide Kampung Wisata Batik Kauman di Surakarta). (Surakarta : Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2013).
- Skripsi Abdur Rohim "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENGEMBANGAN DESA WISATA" (Studi di Desa Wisata Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunungkidul DIY). (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013).
- Penelitian Internal Euis Nurul Bahriah "KOMUNIKASI INTERPERSONAL PEMANDU WISATA DALAM MENGENALKAN INDONESIA PADA WISATAWAN MANCANEGERA" (Jakarta : Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul Jakarta, 2013).

Internet :

<http://nasional.kompas.com/read/2010/06/25/10273498/about.html> (Diakses pada 24/1/2015 14.27 WIB)

<http://finansial.bisnis.com/read/20150212/9/401959/marwan-jafar-bertekad-galakkan-program-desa-wisata#.VN1fT3vh494.twitter> (Diakses pada 14/2/2015 23.53)

eprints.uns.ac.id/12417/1/328492511201306041_unprotected.pdf
(Diakses pada 23/3/2015 9.20 WIB)

<http://euisnurulb.weblog.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/sites/2284/2014/06/Penelitian-Internal-2013-Euis-Nurul-B.pdf>
(Diakses pada 20-1-15 09.47 WIB)

<https://www.facebook.com/towielfiets> (Diakses dari Bulan April-Mei 2015)

<https://www.facebook.com/towiljogja> (Diakses dari Bulan April-Mei 2015)