

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Konteks Penelitian**

Komunikasi di dalam kehidupan sehari-hari sangat penting dilakukan, karena sudah menjadi kodrat sebagai manusia untuk dapat saling memberikan berbagai informasi antara satu dengan yang lain nya, dan sudah tercantun di dalam kitab Al Qur'an bahwa kita sebagai manusia di ajarkan untuk dapat pandai berbicara, dengan kata lain bahwa komunikasi tidak tiba-tiba hadir hari ini akan tetapi sudah di ajarkan beribu-ribu tahun sebelum zaman modern ini hadir di muka bumi, yang salah satu alasan untuk manusia dapat bertahan hidup sebagai makhluk social.

Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang dapat diterima dengan mudah di menegerti dan juga mudah dipahami, kalimat ini sangat sering terlontar ketika kita berbicara tentang bagaimana berkomunikasi dengan baik terhadap orang lain, hal ini juga yang menjadi sebuah rujukan bagi orang-orang yang terlibat langsung untuk menjadi penyampai informasi-informasi yang dibutuhkan oleh orang lain mengenai berbagai hal yang dibutuhkan, sehingga penerima informasi dapat memahami dengan baik tentang apa yang disampaikan oleh pengirim informasi.

Banyak orang yang masih salah kaprah dengan istilah *Tour Leader dan Tour Guide*. Secara sepintas, kedua jenis pekerjaan ini sangat mirip sehingga sulit untuk dibedakan. *Tour Leader* dan *Tour Guide* sama-sama dibayar ketika menemani wisatawan jalan-jalan. *Tour Leader* dan *Tour Guide* pun memiliki tanggung jawab yang mirip dalam hal memberikan pengalaman yang indah kepada wisatawan selama melakukan perjalanan wisata.

Namun, dibalik kesamaan ini, *Tour Leader* dan *Tour Guide* memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Perbedaan ini tidak hanya berhubungan dengan penamaan saja, melainkan tugas dan tanggungjawab dari kedua jenis pekerjaan ini.

Perbedaan antara *Tour Leader* dan *Tour Guide* dapat dibagi menjadi 3, yaitu:

#### 1. Jadwal dan Durasi Perjalanan

*Tour Leader* memiliki jadwal dan durasi perjalanan yang sama dengan para wisatawan yang dipimpinnya. Artinya seorang *Tour Leader* harus menemani wisatawan dan mengikuti seluruh rangkaian tur dari awal hingga akhir. *Tour Guide* hanya bertugas menjelaskan destinasi yang merupakan tanggung jawabnya saja. Misalnya seorang *Tour Guide* untuk Kota Yogyakarta hanya menjelaskan kepariwisataan di Kota Yogyakarta saja jika wisatawan melanjutkan perjalanan ke destinasi lain di luar wilayah tanggung jawab dari *Tour Guide*, maka tugas dari *Tour Guide* sudah selesai.

#### 2. Tanggung Jawab

Seorang *Tour Leader* tidak hanya bertanggung jawab untuk menemani wisatawan selama melakukan perjalanan wisata saja. *Tour Leader* juga memiliki tanggung jawab untuk mengatur agar perjalanan wisata dapat berlangsung dengan lancar seperti melakukan *morning call* serta *ontime schedule* dengan menyesuaikan antara kondisi saat itu dan dictionery yang telah disusun sebelumnya. *Tour Leader* juga bertanggung jawab dalam memastikan keadaan dari wisatawan yang dipimpinnya dan harus selalu memeriksa apakah rombongannya lengkap atau ada yang tertinggal. Namun, jika ada wisatawan yang memisahkan diri dari kelompok ketika sedang melakukan kegiatan wisata tanpa meminta izin dari *Tour Leader*, maka *Tour Leader* juga tidak memiliki bertanggung jawab terhadap wisatawan

tersebut. Karena penjelasan dari *Tour Guide* ini sangat berpengaruh terhadap persepsi wisatawan akan destinasi yang sedang dikunjungi, maka seorang *Tour Guide* harus memiliki lisensi resmi dari dinas pariwisata setempat. Ini juga menjadi batasan terhadap *Tour Leader*, bahkan tidak dianjurkan bagi *Tour Leader* untuk memberikan penjelasan secara rinci mengenai destinasi yang sedang dikunjungi kecuali *Tour Leader* memiliki lisensi sebagai *Tour Guide* di destinasi tersebut.

### 3. Pengetahuan Sejarah dan Budaya

*Tour Leader* memiliki cakupan kerja yang luas yaitu semua destinasi yang dikunjungi oleh rombongannya. Oleh karena itu, *Tour Leader* tidak dibebankan untuk mengetahui secara rinci mengenai sejarah dan budaya di masing-masing destinasi yang dikunjungi, selain itu, tugas utama seorang *Tour Leader* bukanlah menjelaskan suatu destinasi melainkan memimpin rombongannya. Namun, *Tour Leader* sebaiknya memiliki pengetahuan secara umum mengenai destinasi yang sedang dikunjungi, serta sedikit memahami bahasa daerah dari destinasi tersebut (jika terdapat perbedaan bahasa) sehingga komunikasi antara masyarakat lokal dengan rombongan dapat terjalin dengan baik.

*Tour guide* telah memiliki lisensi untuk memandu wisatawan di destinasi yang menjadi tanggung jawabnya, maka *Tour Guide* wajib untuk mengetahui secara detail mengenai sejarah dan budaya di destinasi tersebut. Oleh karenanya, biasanya *Tour Guide* adalah penduduk lokal, *Tour Guide* juga harus menyampaikan penjelasannya se jelas mungkin. Pada akhirnya, *Tour leader dan Tour Guide* memiliki perbedaan dari sisi jadwal, tanggung jawab dan pengetahuan mengenai destinasi yang dikunjungi, Seorang *Tour Leader* tugas utamanya adalah memimpin rombongan agar perjalanan wisata dapat berlangsung dengan lancar, sedangkan seorang *Tour Guide* memiliki

tanggung jawab untuk memberikan penjelasan yang lengkap mengenai destinasi yang dikunjungi oleh rombongan wisatawan.

*Tour Guide* atau pemandu wisata atau orang sering mengucapkannya dengan kata “Gaet” merupakan sebuah profesi yang langka dan tampaknya tidak banyak diminati orang, juga tidak banyak orang tahu tentang profesi ini, yang mereka ketahui *tour guide* adalah seseorang yang berpenghasilan besar bekerja dengan wisatawan, karena dengan pandangan tersebut, tidak heran bila banyak yang beranggapan jika berjalan-jalan dengan wisatawan asing sering mengaku dirinya seorang *guide* pada akhirnya.

Adapula yang menganggap *tour guide* itu sebagai seorang yang mengetahui seluk beluk jalan, sehingga kerjanya menunjukkan arah suatu tujuan, tidak salah berpendapat seperti demikian, karena itupun benar adanya, meskipun jauh dari memuaskan, mengapa hal ini penulis angkat, ternyata di dalam pelaksanaannya, *tour guide* sangat memperhatikan sisi komunikasi yang dipergunakan karena dengan berkomunikasi dengan baik *tour guide* dapat menjalankan tugasnya dengan baik dan tanpa kendala yang berarti.

Penjelasan di atas harus mendapatkan penguatan pengertian, dimana kaitannya dengan sisi komunikasi, yaitu, *tour guide* adalah orang yang mempunyai profesi atau dibayar untuk jasanya menunjukkan arah dan membimbing wisatawan ke tempat tujuan dengan cara memberikan informasi yang diperlukan sesuai dengan program perjalanan, dari penjelasan di atas mudah-mudahan kita dapat sedikit memprediksi apa sebenarnya *tour guide*, tapi kita akan lebih mendalami bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh para *tour guide* agar dapat menempatkan posisi dirinya sebagai

informan yang baik untuk para pengunjung nya agar menyenangkan dan rombongan wisatawan tidak bosan.

Setelah kita mengetahui terlebih dahulu peran *tour guide* itu seperti apa, penulis akan beranjak untuk sedikit menyinggung tempat yang akan menjadi objek fokus penelitian nya, yaitu Kab.Sumedang, kota kecil dengan segala pesona nya yang ada disana, kita akan mulai dari bagaimana Kab. Sumedang ini lahir dan bagaimana bentuk destinasi wisata disana.

Pada mulanya Kabupaten Sumedang adalah sebuah kerajaan di bawah kekuasaan Raja Galuh.Didirikan oleh Prabu Geusan Ulun Aji Putih atas perintah Prabu Suryadewata sebelum Keraton Galuh dipindahkan ke Pakuan Pajajaran, Bogor. Seiring dengan perubahan zaman dan kepemimpinan, nama Sumedang mengalami beberapa perubahan. Yang pertama, yaitu Kerajaan Tembong Agung (Tembong artinya nampak dan Agung artinya luhur) dipimpin oleh Prabu Guru Aji Putih pada abad ke-12. Kemudian pada masa zaman Prabu Tajimalela, diganti menjadi Himbar Buana yang berarti menerangi alam, dan kemudian diganti lagi menjadi Sumedang Larang (Sumedang berasal dari kata Insun Medal atau Insun Medangan yang berarti aku dilahirkan; aku menerangi dan larang berarti sesuatu yang tidak ada tandingannya).

Sumedang Larang mengalami masa kejayaan pada waktu dipimpin oleh Pangeran Angkawijaya atau Prabu Geusan Ulun sekitar tahun 1578, dan dikenal luas hingga ke pelosok Jawa Barat dengan daerah kekuasaan meliputi wilayah Selatan sampai dengan Samudera Hindia, wilayah Utara sampai Laut Jawa, wilayah Barat sampai dengan Cisadane, dan wilayah Timur sampai dengan Kali Pamali.

Kerajaan ini kemudian menjadi vazal Kesultanan Cirebon, dan selanjutnya berada di bawah kendali Kesultanan Mataram, di masa Sultan Agung. Pada masa Mataram inilah teknik persawahan diperkenalkan di tanah Pasundan dan menjadi awal istilah "gudang beras" untuk daerah antara Indramayu hingga Karawang atau Bekasi. Dalam strategi penyerangan Sultan Agung ke Batavia wilayah Sumedang dijadikan wilayah penyedia logistik pangan.

Selain itu, aksara Hanacaraka juga diperkenalkan di wilayah Pasundan pada masa ini, dan dikenal sebagai Cacarakan. Pusat kota Sumedang juga dirancang pada masa ini, mengikuti pola dasar kota-kota Mataraman lainnya. Sebelum Bandung dibangun pada abad ke-19, Sumedang adalah salah satu pusat budaya Pasundan yang penting. Ketika Pakubuwono-I harus memberikan konsesi kepada VOC, wilayah kekuasaan Sumedang diberikan kepada VOC, yang kemudian dipecah-pecah, sehingga wilayah Sumedang menjadi seperti yang sekarang ini.

Sumedang mempunyai ciri khas sebagai kota kuno khas di Pulau Jawa, yaitu terdapat Alun-alun sebagai pusat yang dikelilingi Mesjid Agung, rumah penjara, dan kantor pemerintahan. Di tengah alun-alun terdapat bangunan yang bernama Lingga, tugu peringatan yang dibangun pada tahun 1922. Dibuat oleh Pangeran Siching dari Negeri Belanda dan dipersembahkan untuk Pangeran Aria Soeriaatmadja atas jasanya dalam mengembangkan Kabupaten Sumedang. Lingga diresmikan pada tanggal 22 Juli 1922 oleh Gubernur Jenderal Mr. Dr. Dirk Fock. Sampai saat ini Lingga dijadikan lambang daerah Kabupaten Sumedang dan tanggal 22 April diperingati sebagai hari jadi Kabupaten Sumedang. Lambang Kabupaten Sumedang, Lingga, diciptakan oleh R. Maharmartanagara, putra seorang Bupati Bandung Rd.

Adipati Aria Martanegara, keturunan Sumedang. Lambang ini diresmikan menjadi lambang Sumedang pada tanggal 13 Mei 1959.

Untuk potensi wisata di wilayah Sumedang diantara lain adalah wisata seni dan budaya, keindahan alam dan juga ciri khas kuliner nya, bagi yang menyukai seni diantaranya ada kuda renggong, lalu di keindahan alam terdapat diantaranya gunung tampomas, gunung kunci dan bendungan jatigede yang menjadi satlah satu daya tarik saat ini, dan satu lagi yang menjadi cirri khas dari Sumedang yaitu tahu sumedang sebagai primadona kulinernya.

Peran Pemerintah Kab. Sumedang saat ini menanggapi animo pariwisata yang tinggi baik itu wisatawan domestik dan juga wisatawan mancanegara dan juga menanggapi bahwa Sumedang menjadi salah satu penyaji objek wisata di Jawa Barat, sudah terasa bahwa Sumedang saat ini sudah mulai serius berbenah untuk mempercantik penampilannya di hadapan para wisatawan yang akan singgah sejenak untuk menikmati pesonanya baik dari segi sarana dan prasarananya, dan peran serta Pemerintah Sumedang sangat antusias untuk mengembangkan Sumedang menjadi potensi pariwisata unggulan.

Setelah mengetahui bagaimana sejarah, potensi wisata dan juga peran serta pemerintah terhadap pengembangan segala potensi yang ada disumedang saat ini, penulis akan sedikit bercerita tentang PO Bus yang berkenan untuk menjadi objek Penelitian bagi penulis, yaitu PO Bus Cahaya Bakti Utama Sumedang sebagai salah satu transportasi yang menawarkan untuk para pelancong dapat menikmati Sumedang, PO. Cahaya Bakti Utama yang berlokasi di wilayah Sumedang, dan posisi tepatnya berada di wilayah Paseh, Legok Sumedang, peran *Tour Guide* dari PO. Bus CBU pun

sangat penting, yaitu berperan sebagai warga pribumi yang menyambut baik kehadiran para tamu yang akan singgah di Sumedang untuk beberapa waktu.

Setelah sedikit mengorek tentang, sejarah, potensi wisata, objek penlitian nya yaitu PO. Bus CBU lalu peran *tour guide* disana, apa itu *tour guide*, dan apa fungsi dari *tour guide* itu sendiri, sekarang beranjak untuk lebih mengetahui dari sisi komunikasi tentang bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh para *tour guide* di dalam menyampaikan informasi nya kepada para pengunjung baik itu berupa simbol atau berupa pesan langsung, karena para wisatawan lebih menyukai *tour guide* yang mampu membawa dirinya serasa berada dirumah sendiri tanpa dibeda-bedakan satu dengan yang lainnya dan mendapat perlakuan yang sama untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan memberikan pelayanan yang baik pula.

Dapat dipastikan dengan gambaran di atas bahwa seorang *tour guide* harus memiliki dan memahami tentang komunikasi yang baik, bagaimana memperlakukan orang, dan juga bagaimana agar mereka memahami apa yang disampaikan, sehingga terjadi sebuah interaksi secara lebih dalam lagi antara *tour guide* dan juga para wisatawan, karena setiap gerak gerik dari *tour guide* dan semua yang berbau simbol-simbol yang dikeluarkan dari bahasa tubuh akan memunculkan sebuah persepsi dari wisatawan tentang ke kredibilitasan dari seorang *tour guide* untuk menjadi petunjuk dan pemandu para wisatawan.

Pada dasar nya, sebelum melakukan sebuah aktifitas komunikasi kepada orang lain, seorang komunikator harus dapat memahami terlebih dahulu karakter dari masing-masing orang yang akan di hadapi, hal ini akan sangat berarti ketika komunikator memberikan sentuhan pertamanya kepada para komunikan yang dihadapinya.



Keterangan di atas jika kita kaitkan dengan materi pembahasan pada penelitian ini, sangat terlihat jelas bahwa para pemandu wisata atau *tour guide* harus mampu menjadi komunikator terhadap seluruh wisatawan dan juga harus siap menjadi komunikator yang siap menerima berbagai tanggapan terhadap segala bentuk kegiatan yang dilakukan, karena dengan demikian kegiatan komunikasi yang dilakukan akan sesuai dengan apa yang diinginkan.

Di dalam sebuah obrolan dari seorang wisatawan yang akan pergi ke sebuah tempat wisata, adalah “ketika berpariwisata hal yang paling menyenangkan adalah kita di pandu dengan baik, ramah dan santun serta para pemandu mau untuk memberikan segala informasi dan kebutuhan yang diinginkan oleh wisatawan, karena ternyata pemandu wisata adalah bagian penting ketika kita berjalan menyusuri apa yang kita lihat dan rasakan, hal ini kita lihat dari seorang pemandu wisata yang ternyata mampu mengolah segenap kemampuan komunikasinya, sehingga seorang wisatawan akan merasakan bahwa mereka berada di rumah sendiri”.

Dari pernyataan di atas, kita dapat lihat seorang pemandu wisata menjadi bagian penting di dalam wisatawan menikmati perjalanannya, dan yang terpenting adalah sebuah seni, pola dan juga bentuk karakter berkomunikasi yang kuat juga harus dimiliki oleh seorang *tour guide* atau pemandu wisata.

### **1.1.1 Fokus Penelitian**

*Tour Guide* saat ini menjadi kekuatan baru di bidang pariwisata, karena dengan adanya *tour guide*, para wisatawan atau para pengunjung yang hadir di Indonesia akan mendapatkan pelayanan yang diinginkan mengenai berbagai informasi

yang mereka butuhkan selama berada di tempat yang mereka tuju, tanpa di sadari bahwa komunikasi adalah bagian terpenting dari kegiatan ini.

Segala bentuk yang ditampilkan oleh seorang *tour guide* pun akan menjadi sebuah sinyal atau simbol mampu atau tidaknya seorang *tour guide* memandu para pengunjung atau para wisatawan yang hadir di Indonesia dan pasti banyak hal yang disiapkan oleh seorang *tour guide* untuk melaksanakan tugasnya, entah itu secara ritual atau spiritual yang akan mampu untuk membawa seorang *tour guide* tampil secara maksimal dalam mengemban tugasnya.

Dengan demikian dan di lihat dari konteks penelitian yang di kaji sebelumnya, maka focus penelitian di ambil adalah “**Bagaimana Makna Komunikasi Antarpribadi *Tour Guide*?**”(Studi Interaksi Simbolik *Tour Guide* PO. Bus Cahaya Bakti Utama Sumedang).

### 1.1.2 Pertanyaan Penelitian

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

1. Bagaimana persepsi wisatawan tentang objek wisata di Sumedang dengan adanya *Tour Guide*?
2. Bagaimana pemaknaan wisatawan tentang objek wisata di Sumedang dengan adanya *Tour Guide*?
3. Bagaimana Pemaknaan wisatawan tentang *Tour Guide* di Sumedang?

### **1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.1.3.1 Maksud Penelitian**

Adapun maksud diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu: Untuk mengetahui Makna Komunikasi Antar Pribadi *Tour Guide* (Studi Interaksi Simbolik di PO. Bus Cahaya Bakti Utama Sumedang)

#### **1.1.3.2 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu:

1. Mengetahui persepsi awal wisatawan terhadap objek wisata di Sumedang dengan adanya *Tour Guide*.
2. Mengetahui pemaknaan tentang objek wisata di Sumedang dengan adanya *Tour Guide*.
3. Mengetahui pemaknaan wisatawan tentang *Tour Guide* yang berada di Sumedang.

#### **1.1.4 Jenis Studi**

Menurut Upe dan Damsid (dalam Ardianto, 2010: 68), ruang lingkup kajian interaksi simbolik meliputi:

1. Dalam bertindak terhadap sesuatu-baik yang berupa benda, orang maupun ide-manusia mendasarkan tindakannya pada makna yang diberikannya kepada sesuatu tersebut.

2. Makna tentang sesuatu itu diperoleh, dibentuk-termasuk direvisi melalui proses interaksi dalam kehidupan sehari-hari.
3. Pemaknaan terhadap sesuatu dalam bertindak atau berinteraksi tidak berlangsung secara mekanistik, tetapi melibatkan proses interpretasi.

### **1.1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.1.5.1 Manfaat Filosofis**

Secara filosofis kegiatan komunikasi yang dilakukan adalah sebuah cara untuk memberikan dan menginterpretasikan bahwa hidup adalah tidak hanya untuk sendiri saja dan untuk hari ini, namun sebagai gambaran bahwa kegiatan komunikasi yang melibatkan banyak orang dalam penyampaian sebuah asal usul yang abstrak menjadi sebuah gambaran nyata.

#### **1.1.5.2 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan khasanah ilmu komunikasi yang berada dalam posisi lintas disiplin ilmu, khususnya kajian ilmu komunikasi, komunikasi antarpribadi, interaksi simbolik, pendekatan rasional dan juga secara dialogis.

#### **1.1.5.3 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah bahan diskusi, sumbangan pemikiran dan juga sebagai bahan untuk menjadi acuan bagi masyarakat dan juga bagi para pelaku jasa *Tour Guide* pada umumnya dan khususnya untuk PO Bus Cahaya Bakti Utama Sumedang untuk mencapai perubahan yang positif dan inovatif.

## 1.2 Kajian Literatur

### 1.2.1 Review dan Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

**Tabel 1.1 Matriks Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul dan Sub Judul	Metode Penelitian	Hasil penelitian
1	Wartanindita 2014 Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang	<i>Penerapan Strategi Promosi Pada Travelink Tour &amp; Travel Kota Malang</i>	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi guide kampung wisata batik kauman dalam memandu wisatawan terdiri unsure strategi, pesan, interaksi simbolik dan aturan guide yang membentuk pola komunikasi satu arah dua arah dan multi arah. Meski demikian goal dari komunikasi yang I lakukan guide adalah sama yaitu memperkenalkan wisata batik kampung kauman. Bentuk komunikasi yang dilakukan oleh guide dalam memandu adalah interpersonal communication atau komunikasi interpersonal yang bersifat lnsung
2	Linatul Af'idah 2014 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Institute Agama Islam Negeri Walisongo Semarang	Proses Perencanaan Pelayanan Wisata Religi di Fajar Tour & Travel	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses perencanaan pelayanan wisata religi di Fajar Tour & Travel yaitu; a) penyelenggaraan wisata religi di Fajar Tour & Travel meliputi dua

				<p>paket yaitu paket wisata religi murni dan paket wisata ZARKASI (Ziarah dan Rekreasi),</p> <p>b) aplikasi fungsi perencanaan wisata religi itu di Fajar Tour &amp; Travel meliputi beberapa aktivitas yaitu: penetapan tempat tujuan wisata, penyediaan armada sebagai alat transportasi, penetapan jadwal, penetapan biaya, dan penyediaan tour leader serta penempatannya di setiap rombongan.</p> <p>c) Faktor pendukung dalam penyelenggaraan wisata religi ini adalah adanya tour leader dan tour guide yang handal dan pengalaman, terjalannya kerja sama yang solid dengan berbagai perusahaan armada, Kerja sama dengan <i>stakeholder</i> lain seperti agen perjalanan yang menjual voucher, beberapa pemilik restoran hotel guna mendapatkan akomodasi dengan harga murah. Faktor penghambat perencanaan program wisata religi di Fajar Tour &amp; Travel antara lain: terjadinya berbagai fluktuasi (naik-turun) beberapa harga antara lain: Harga tiket, Harga</p>
--	--	--	--	--

				sembako, tarif BBM (Bahan Bakar Minyak), tarif listrik, jumlah peserta wisata, dan Iklim atau cuaca yang tidak menentu, serta keamanan di lapangan yang tidak bisa dipastikan.
3	Nur Rochma Ika Mustafa 2013 Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret	Peran Pramuwisata (TOUR GUIDE) Bahasa Asing terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kuantitas Pengunjung Mancanegara di Candi Prambanan	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pramuwisata bahasa asing dalam memberikan kualitas pelayanan kepada wisatawan sudah bagus, yaitu dengan bukti penilaian dari wisatawan yang menggunakan jasa tour guide. Beberapa usaha yang dilakukan dalam membantu meningkatkan pengunjung mancanegara sudah dilakukan seperti, menambah penguasaan bahasa asing, tetap keep contact dengan wisatawan, memberikan informasi yang up to date kepada wisatawan dan bekerja sama dengan biro perjalanan wisata. Kesimpulan yang dapat diambil bahwasanya kemampuan dan kualitas bahasa asing yang dimiliki oleh pramuwisata HPI Unit Prambanan serta pelayanan yang pramuwisata berikan

				<p>sudah bagus. Hal tersebut dibuktikan dengan data-data atau penilaian dari wisatawan yang memakai jasa pramuwisata HPI Unit Prambanan dalam melakukan tour di Candi Prambanan. Pelayanan maksimal merupakan salah satu cara dan kunci untuk membantu mendatangkan wisatawan yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Pengetahuan dan penguasaan bahasa asing pramuwisata harus senantiasa diasah supaya pelayanan yang maksimal tersebut dapat tercapai.</p>
4	<p>Febriani Puji Lestari , 2013 Fakultas Komunikasi Dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta</p>	<p>Strategi Komunikasi Pemasaran Kampung Wisata Batik Kauman Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran Kampung Wisata Batik Kauman dalam hal periklanan media cetak Kampung Wisata Batik Kauman menggunakan media brosur dan kartu nama, Ada beberapa pelaku usaha di Kampung Batik Kauman yang menggunakan media internet website dan email. Kampung Wisata Batik Kauman melakukan promosi penjualan dengan cara mengadakan atraksi wisata dan pameran</p>

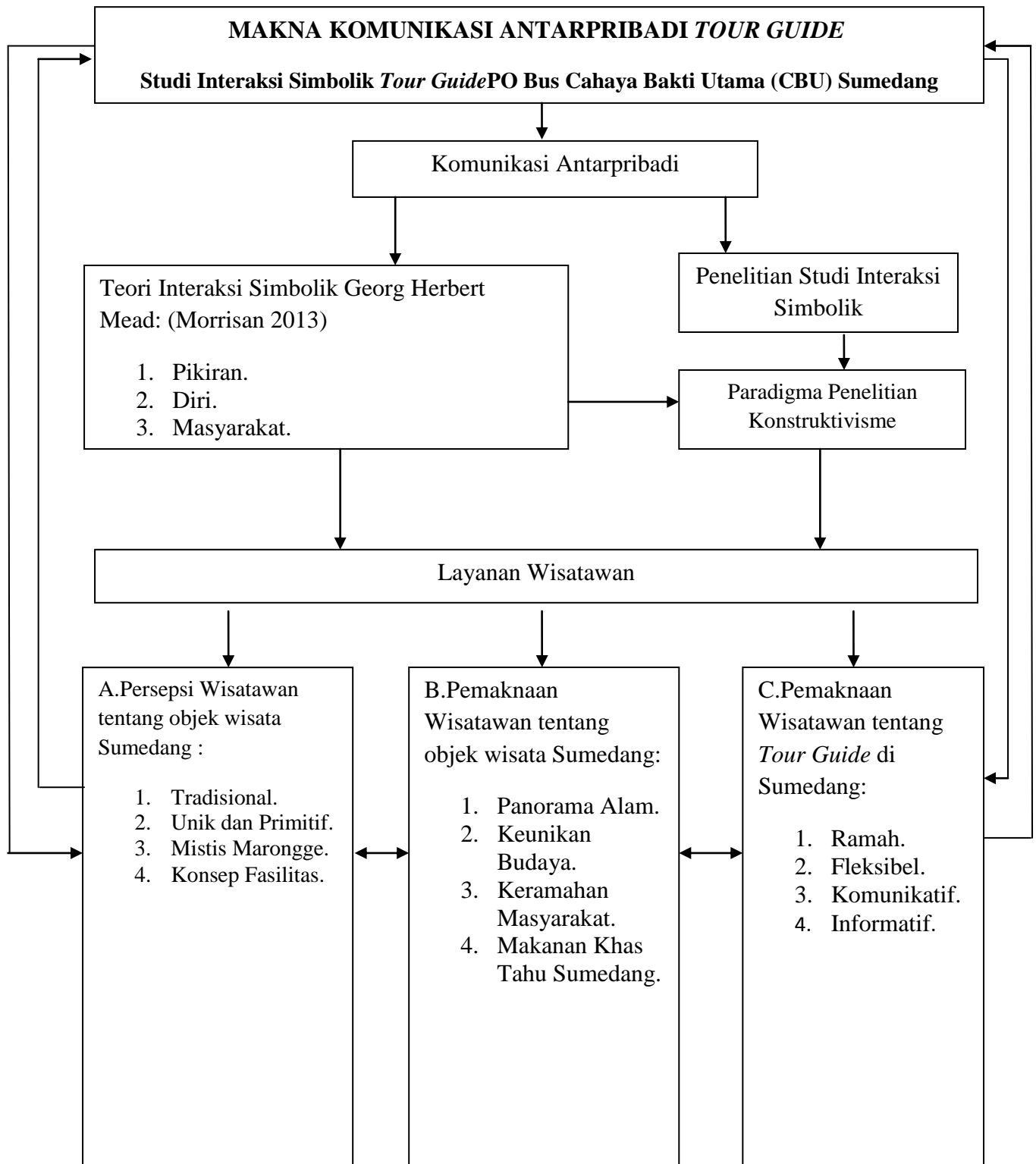


				<p>dagang serta word of mouth atau mulut ke mulut. Kegiatan public relations yang dilakukan yaitu peran Paguyuban Kampung Wisata Kauman yang melaksanakan sosialisasi kepada masyarakat Solo tentang hal-hal yang berkaitan dengan Kampung Wisata Batik Kauman, dan yang terakhir yang dilakukan adalah kegiatan personal selling. Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini bahwa kebanyakan wisatawan yang berkunjung mengetahui tentang keberadaan dan ingin berbelanja di Kampung Wisata Batik Kauman yaitu dari informasi mulut kemulut (word of mouth).</p>
5	<p>Hanry Rulli Maromon, 2007. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran</p>	<p>Persepsi Wisatawan Terhadap Kredibilitas Pemandu Wisata path Blessing Tours and Travell</p>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan. bahwa persepsi wisatawan terhadap pemandu wisata adalah baik di mata pemandu wisata. Mayonitas peserta perjalanan wisata menyatakan bahwa setelah menerima informasi dan pemandu wisata, pengetahuan bertambah mengenai obyek wisata kunjungan, sehingga mereka cenderung</p>

				<p>menggunakan jasa Blessing Tours and Travell dan menginformasikan kepada orang lain. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi wisatawan terhadap kredibilitas pemandu wisata telah mampu membentuk sikap yang memuaskan peserta perjalanan wisata. Pada akhirnya menimbulkan kecenderungan peserta perjalanan wisata untuk terus mengikuti program perjalanan wisata yang diadakan oleh Blessing Tours and Travell. Untuk lebih memuaskan peserta perjalanan wisata, disarankan untuk mempertahankan kualitas pemandu wisata dalam melayani peserta perjalanan wisata yaitu selalu memperkaya ilmu, lebih kreatif dalam memberikan hiburan sehingga suasana kenyamanan dalam melakukan perjalanan dapat dirasakan oleh semua peserta perjalanan wisata yang kemudian akan membawa keuntungan bagi Blessing Tours and Travel</p>
--	--	--	--	--

## 1.2.2 Kerangka Pemikiran

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran



### 1.2.3 Landasan Teoritis

#### 1.2.3.1 Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead

Teori Interaksi Simbolik (*symbolic interactionism*) memfokuskan perhatiannya pada cara-cara yang digunakan manusia untuk membentuk makna dan struktur masyarakat melalui percakapan. (Morissan, 2013: 224)

Interaksi simbolik mendasarkan gagasan Mead terdiri atas enam hal yaitu:

1. Manusia membuat keputusan dan bertindak pada situasi yang dihadapinya sesuai dengan pengertian subjektifnya.
2. Kehidupan sosial merupakan proses interaksi, kehidupan sosial bukanlah struktur atau bersifat struktural dan karena itu akan terus berubah.
3. Manusia memahami pengalamannya melalui makna dari simbol yang digunakan di lingkungan terdekatnya (*primary group*), dan bahasa merupakan bagian yang sangat penting dalam kehidupan sosial.
4. Dunia terdiri dari berbagai objek sosial yang memiliki nama dan makna yang ditentukan secara sosial.
5. Manusia mendasarkan tindakannya atas interpretasi mereka, dengan mempertimbangkan dan mendefinisikan objek-objek dan tindakan yang relevan pada situasi saat itu.
6. Diri seseorang adalah objek signifikan dan sebagaimana objek sosial lainnya diri didefinisikan melalui interaksi sosial dengan orang lain.

Terdapat tiga konsep penting dalam teori yang dikemukakan Mead ini yaitu masyarakat, diri dan pikiran. Ketiga konsep tersebut memiliki aspek-aspek yang berbeda namun berasal dari proses umum yang sama yang disebut “tindakan sosial” (*social act*), yaitu suatu unit tingkah laku lengkap yang tidak dapat dianalisis ke dalam

subbagian tertentu. Sejumlah tindakan berhubungan satu dengan lainnya yang dibangun sepanjang hidup manusia. Tindakan dimulai dengan dorongan hati (*impulse*) yang melibatkan persepsi dan pemberian makna, latihan mental, pertimbangan alternatif, hingga penyelesaian. (Morissan, 2013: 225)

Masyarakat, atau kehidupan kelompok, terdiri atas perilaku yang saling bekerja sama diantara para anggota masyarakat. Syarat untuk dapat terjadinya kerja sama diantara anggota masyarakat ini adalah adanya pengertian terhadap keinginan atau maksud (*intention*) orang lain. Dengan demikian kerja sama terdiri atas kegiatan untuk membaca maksud dan tindakan orang lain dan memberikan tanggapan terhadap tindakan itu dengan cara yang pantas.

Menurut Mead “diri” memiliki dua sisi yang masing-masing memiliki tugas penting, yaitu diri yang mewakili saya sebagai subjek (*I*) dan saya sebagai objek (*me*). Saya sebagai subjek adalah bagian dari diri saya yang bersifat menuruti dorongan hati (*impulsive*), tidak teratur, tidak langsung dan tidak dapat diperkirakan. Saya sebagai objek adalah konsep diri yang terbentuk dari pola-pola yang teratur dan konsisten yang Anda dan orang lain pahami bersama. Pikiran bukanlah suatu benda tetapi suatu proses yang tidak lebih dari kegiatan interaksi dengan diri anda. Kemampuan berinteraksi yang berkembang bersama-sama dengan diri adalah sangat penting bagi kehidupan manusia karena menjadi bagian dari setiap tindakan-tindakan.

### **1.2.3.2 Teori Dialogis Mikhael Bakhtin**

Mikhail Bakhtin adalah seorang guru dan ahli filsafat dari Rusia yang karyanya ditemukan pada pertama kali oleh para ahli komunikasi pada tahun 1960-an. Teori yang dikemukakan oleh Bakhtin digolongkan teori yang bersifat lintas batas,

karena berijak ada 2 tradisi yang berbeda yaitu sosiokultural dan kritis. Namun di dalam buku *Theories of Human Communication*, LittleJohn dan Foss memasukan nya kedalam tradisi sosiokultural.

Teori ini berintikan tentang gagasan Bakhtin mengenai dialog adalah “ucapan” yaitu suatu pertukaran, lisan atau tulisan, di antara dua orang. Suatu ucapan mengacu kepada percakapan lisan pada konteksnya. Suatu ucaan memiliki “tema” yaitu isi percakapan, sikap komunikator terhadap subjek yang menjadi lawan bicaranya, dan derajat tanggapan lawan bicara. Komunikator kemudian mengungkapkan suatu ide dan melakukan evaluasi terhadap ide itu, ia juga melakukan antisipasi terhadap tanggapan dari lawan bicara. (Morrison : 2013 : 302)

Dialog adalah proses untuk saling memperkaya, dialog adalah proses dimana masing-masing pihak untuk belajar mengenali dirinya sendiri dan juga orang lain. Dialog tidak hanya kegiatan menemukan tetapi juga menghidupkan potensi. Masing-masing peserta dialog bersikap terbuka terhadap segala pandangan dari pihak lain, masing-masing pihak menjadi pencipta masa depan, dan masa depan tercipta melalui interaksi, masa depan yang selalu berubah ketika interaksi berubah. (Morrison :2013 : 303)

Dalam berdialog, seseorang akan berpartisipasi sepanjang hidupnya secara penuh dengan matanya, bibir, tangan, jiwa, semangatnya dan dengan seluruh tubuh dan perilakunya. Dia menginvestasikan seluruh dirinya dalam percakapan, dan percakapan ini akan masuk ke dalam struktur dasar kehidupan manusia yang dialogis, masuk ke dalam pertemuan manusia. (Morrison : 2013 : 308)

### 1.2.3.3 Teori Bahasa atau Linguistik Ferdinand de Saussure

Studi mengenai bahasa sangat dipengaruhi oleh semiotika dan sebaiknya, dan karena itu adalah sangat penting bagi kita untuk mengetahui mengenai struktur bahasa, karena struktur bahasa mempengaruhi pesan. Ferdinand de Saussure, pendiri struktur linguistik modern, yang berbeda memberikan sumbangan besar pada tradisi structural dalam ilmu komunikasi, mengajarkan bahwa “tanda” (*sign*), termasuk bahasa, adalah bersifat acak (*arbitrary*). Ia menyatakan bahasa yang berbeda menggunakan kata-kata yang berbeda untuk menunjukkan hal yang sama, dan bahwa biasanya tidak ada hubungan fisik antara suatu kata dengan referensinya. Karena itu, tanda merupakan kesepakatan yang diarahkan oleh aturan. (Morrisan : 2013 : 139)

Asumsi ini tidak saja mendukung ide bahwa bahasa adalah suatu struktur, tetapi juga menegaskan adanya pandangan umum bahwa antara bahasa dan realitas adalah terpisah atau tidak memiliki hubungan. Saussure kemudian melihat bahasa sebagai suatu sistem terstruktur mewakili realitas. Ia percaya bahwa peneliti bahasa harus memberikan perhatian kepada bentuk-bentuk bahasa seperti bunyi ucapan, kata-kata, dan tata bahasa. Walaupun struktur bahasa bersifat acak, namun penggunaan bahasa tidak sama sekali bersifat acak karena bahasa membutuhkan kesepakatan yang mapan. Anda tidak dapat memilih atau menggunakan kata-kata atau tata bahasa secara sembarangan. (Morrisan : 2013 :139)

Menurut Saussure, kunci untuk memahami struktur dari sistem bahasa adalah perbedaan (*difference*). Bunyi huruf “p” berbeda dengan huruf “b”, suatu kata berbeda dengan kata lain nya seperti “kucing” dan “anjing”, satu bentuk tata bahasa juga berbeda dengan kata bahasa lain nya “akan pergi” dan “telah pergi”. Sistem

perbedaan ini membentuk struktur bahasa, baik dalam bahasa percakapan maupun tulisan.. (Morrisan : 2013 : 139)

Dalam teori ini, bahasa dijelaskan sebagai salah satu media yang sangat penting dalam berkomunikasi, sehingga berbagai struktur bahasa yang digunakan dan akan menjadi jembatan penyampai apa yang dibutuhkan antara satu individu dengan yang lain nya dan harus dimaknai secara bijak mengenai apa saja yang akan struktur bahasa yang hendak disampaikan.

## **1.2.4 Landasan Konseptual**

### **1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi**

Proses komunikasi dewasa ini telah berkembang sangat pesat. Pada hakikatnya, proses komunikasi adalah penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) dengan tujuan mendapatkan saling pengertian satu dan yang lainnya. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku. (Effendy, 1989: 60).

Untuk mengetahui dengan jelas tentang komunikasi, maka dari itu kita terlebih dahulu harus memahami tentang pengertian komunikasi itu sebagai berikut:

“Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik



langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku”. (Effendy, 1989: 60).

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

Begitulah manusia, keunikannya memang menjadi pertimbangan dalam setiap keputusan begitu juga dalam berkomunikasi. Penasaran kita akan lingkungan dan menikmati hidup. Kedua, kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2007: 4)

Dalam komunikasi terdapat tiga kerangka pemahaman konseptualisasi komunikasi yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi. Menurut Deddy Mulyana (2007: 68), konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan menginsyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah:

1. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner :

"Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan. dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol—kata-kata. gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi."

2. Theodore M. Newcomb :

"Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima."

3. Carl L Hovland :

"Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)."

4. Gerald R. Miller :

"Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima."

5. Everett M. Rogers :

"Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari. sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka."

6. Raymond S. Ross :

"Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator."

7. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante :

"Komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak."

Harold D. Lasswell : "(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*" Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?

Deddy Mulyana (2007: 76) mengatakan bahwa konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain, baik perilaku verbal maupun perilaku nonverbal. Berdasarkan pandangan ini, orang-orang yang berkomunikasi adalah komunikator-komunikator yang aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah:

1. John R. Wenburg dan William W. Wilmot :

"Komunikasi adalah usaha untuk memperoleh makna."

2. Donald Byker dan Loren J. Anderson :

"Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih."

3. William I. Gorden :

"Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan."

4. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson : "Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna."

5. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss :

"Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih."

6. Diana K. Ivy dan Phil Backlund :

"Komunikasi adalah proses yang terus berlangsung dan dinamis menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagi makna."

7. Karl Erik Rosengren :

"Komunikasi adalah interaksi subjektif purposif melalui bahasa manusia yang berartikulasi ganda berdasarkan simbol-simbol."

#### **1.2.4.2 Tinjauan Umum Tentang Makna**

Brown (Sobur, 2004: 256) mendefinisikan makna sebagai kecenderungan total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Terdapat banyak komponen dalam makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat. Ada 3 hal yang coba dijelaskan oleh para filsuf dan linguis sehubungan dengan usaha menjelaskan istilah makna. Ketiga hal itu yakni :

1. Menjelaskan makna kata secara ilmiah
2. Mendeskripsikan kalimat secara ilmiah
3. Menjelaskan makna dalam proses komunikasi

Kempson (Sobur, 2004: 256) berpendapat untuk menjelaskan istilah makna harus dilihat dari tiga segi :

1. Kata
2. Kalimat
3. Apa yang dibutuhkan pembicara untuk berkomunikasi.

Ada beberapa pandangan yang menjelaskan ikhwal teori atau konsep makna. Model proses makna Wandel Johnson (Sobur, 2004: 258) menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antarmanusia :

1. Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata-kata ini tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan.
2. Makna berubah. Kata-kata relative statis. Banyak kata-kata yang kita gunakan 200 atau 300 tahun yang lalu. Tetapi makna dan kata-kata ini terus berubah, dan ini khususnya terjadi pada dimensi emosional dari makna.
3. Makna membutuhkan acuan. Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bilamana mempunyai kaitan dengan lingkungan eksternal.
4. Peningkatan yang berlebihan akan mengubah makna. Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang konkret dan dapat diamati.
5. Makna yang terbatas jumlah. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata dalam suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu kebanyakan kata punya banyak makna.
6. Makna dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian (event) bersifat multiaspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna-makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan. Banyak dari makna tersebut tetap tinggal dalam benak kita.

Karenanya, pemahaman yang sebenarnya, pertukaran makna secara sempurna barangkali merupakan tujuan ideal yang ingin kita capai tetapi tidak pernah tercapai.

#### **1.2.4.3 Tinjauan Umum Tentang Komunikasi Antar Pribadi**

Ilmu komunikasi mempelajari dan meneliti perubahan tingkah laku dan pendapat yang diakibatkan oleh informasi yang disampaikan oleh seseorang kepada orang lain. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Carl. I. Hovland (Purba, 2006 : 29). Yang mengatakan: “proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk merubah tingkah laku orang lain (komunikan)”.

Adapun Komunikasi Antar Pribadi adalah komunikasi yang berlangsung antara dua individu atau lebih yang dapat berlangsung secara tatap muka (*face to face*). Komunikasi Antar Pribadi ini bisa juga berlangsung dengan menggunakan alat bantu atau media seperti : telepon, surat, telegram dan sebagainya.

Komunikasi antar pribadi dikatakan efektif dalam merubah perilaku orang lain apabila kesamaan makna mengenai apa yang dibicarakan. Ciri khas yang tampak dalam komunikasi ini adalah arus balik langsung yang dapat ditangkap oleh komunikator, baik secara verbal dalam bentuk kata- kata maupun secara nonverbal dalam bentuk gerak-gerik seperti anggukan dan lain sebagainya. Selama proses komunikasi antar pribadi langsung, antar komunikator dan komunikan tersebut akan terjadi adanya pengertian fungsi secara bergiliran satu sama lain. Proses berubahnya perilaku atau tingkah laku individu adalah melalui beberapa tahapan dimana satu tahap dengan tahap lainnya saling berhubungan..seorang individu menerima informasi,

kemudian mengelolnya, menyimpan dan menghasilkan kembali dalam bentuk satu keputusan berupa penolakan atau penerimaan terhadap informasi yang disampaikan tersebut.

Onong U. Effendy mendefinisikan komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan, komunikasi jenis ini bisa langsung secara berhadapan muka (*face to face*) bisa juga melalui medium, umpamanya telepon. Ciri khas komunikasi antar pribadi adalah dua arah atau timbal balik (Effendy, 1993 : 61).

Dalam setiap kegiatan komunikasi antar pribadi selalu melibatkan orang sebagai organ pelaksana dalam penyampaian pesan, karenanya agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat memberikan hasil yang lebih baik, dapat digunakan teknik persuasif. Adapun teknik persuasif yang dimaksud dalam hal ini adalah suatu kegiatan dalam upaya membujuk komunikan agar melakukan atau berbuat sesuai dengan maksud dan tujuan komunikator.

Dengan demikian kita dapat memahami bahwa komunikasi antar pribadi berlangsung karena adanya manifestasi dari diri manusia itu sendiri sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain. Jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi antar pribadi sebenarnya merupakan proses sosial dimana orang- orang yang terlibat didalamnya saling mempengaruhi, serta menunjukkan bahwa komunikasi antar pribadi lebih menonjolkan keterbukaan pihak-pihak yang sedang melakukan komunikasi.

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antar dua orang atau lebih yang terjadi dalam bentuk kontak langsung. Sebagai suatu proses, komunikasi antar pribadi merupakan rangkaian tindakan , kejadian dan kegiatan yang terjadi secara terus menerus. Dengan kata lain, komunikasi antar pribadi bukanlah suatu hal yang statis,

tetapi suatu yang dinamis. Artinya, segala sesuatu yang tercangkup dalam komunikasi antar pribadi selalu dalam keadaan berubah, yakni para pelaku, pesan maupun lingkungannya.

Kadangkala perubahan-perubahan ini kita tidak sadari atau kita tidak perhatikan, namun yang jelas selalu terjadi perubahan. Proses komunikasi antar pribadi dapat digambarkan sebagai proses yang sirkuler dan terus menerus. Arti proses sirkuler adalah bahwa setiap orang yang terlihat dalam komunikasi antar pribadi bertindak sebagai pembicara sekaligus sebagai pendengar dan sebagai aktor sekaligus sebagai objek. Sedangkan sebagai proses yang terus menerus, diartikan bahwa komunikasi berlangsung tanpa henti, sehingga batasan awal dan berakhirnya komunikasi antar pribadi menjadi tidak jelas.

Cara yang paling baik dalam menerangkan komunikasi antar pribadi sesuai dengan paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell yang dikenal dengan model komunikasinya berupa ungkapan verbal adalah dengan menjawab pertanyaan *who, says, what, in which channel, to whom, with what effect* (Effendy, 1993 : 10).

#### **1.2.4.4 Tinjauan Umum Tentang *Tour Guide* Pemandu Wisata**

Pemandu adalah seseorang yang bertugas memberikan bimbingan, penerangan dan petunjuk tentang objek wisata serta membantu segala sesuatu yang diperlukan wisatawan. Sedangkan menurut E. Amato, seorang ahli dari UNDP / ILO menyatakan : *Tour guide is the person employed either by the traveler, a travel agency or any other tourist organization, to inform, direct and advise the tourist organization, to inform, direct and advise the tourist before and during his short visit* ( pemandu adalah seseorang yang bekerja untuk wisatawan, ataupun lembaga kepariwisataan



lainnya untuk memberikan penerangan, memimpin perjalanan atau memberikan saran kepada wisatawan sebelum atau selama kunjungan yang singkat).

Berdasarkan peraturan tentang persyaratan pemandu dan kegiatannya maka yang di maksud dengan pemandu adalah yang seseorang yang mempunyai kartu tanda pemandu untuk menyelenggarakan bimbingan perjalanan serta pemberian penerangan tentang kebudayaan, kekayaan alam dan inspirasi kehidupan bangsa Indonesia atau penduduk sesuatu wilayah dan atau mengenai suatu objek spesialisasi khusus terhadap para wisatawan baik sebagai perseorangan atau dalam suatu kelompok, dengan menggunakan satu atau beberapa bahasa tertentu. Dalam peraturan tersebut dibedakan beberapa jenis pemandu berdasarkan bidang keahliannya, yaitu :

1. Pemandu umum ( *General guide* )
2. Pemandu khusus ( *Special guide* )
3. Tour Conductor ( Pembimbing darmawisata )
4. Pemandu Pengemudi ( *Guide driver* ) Adapun perumusan berbagai jenis pemandu tersebut adalah :

1. Pemandu umum ( *General guide* ) adalah pemandu yang mempunyai mengenai kebudayaan, kekayaan alam dan aspirasi kehidupan bangsa atau penduduk sesuatu wilayah secara umum yang mempunyai ijin untuk memberikan bimbingan perjalanan dan penerangan kepariwisataan dengan mempergunakan satu atau beberapa bahasa tertentu terhadap wisatawan baik sebagai perseorangan atau secara berkelompok
2. Pemandu khusus ( *Special guide* ) adalah pemandu yang mempunyai mengenai objek wisata secara khusus mendalam mengenai satu atau lebih objek wisata seperti kebudayaan, arkeologi, sejarah teknik perdangan,

keagamaan, ilmiah margasatwa, perburuan, dan lain selanjutnya yang mempunyai ijin usaha atau kegiatan untuk membimbing perjalanan dan memberikan penerangan kepada wisatawan baik sebagai perseorangan atau sebagai kelompok dengan menggunakan satu atau beberapa bahasa tertentu.

3. *Tour conductor* ( pembimbing dharmawisata ) adalah pemandu senior, yang mempunyai kartu tanda pemandu untuk memimpin perjalanan satu kelompok wisatawan yang melakukan perjalanan di suatu wilayah atau beberapa Negara guna memberikan asistensi perjalanan, bimbingan dan penerangan mengenai objek wisata, kebudayaan, kekayaan alam dan aspirasi kehidupan dari penduduk atau bangsa wilayah yang dijelajahnya.
4. Pemandu pengemudi ( *Guide driver* ) adalah pemandu yang mempunyai kartu tanda pemandu untuk memberikan bimbingan perjalanan dan penerangan umum mengenai objek wisata, kebudayaan, kekayaan alam dan aspirasi kehidupan bangsa di samping kedudukannya sebagai pengemudi kendaraan umum seperti *taxi, touring coach*, bus dan sebagainya.

Pengertian pemandu berdasarkan hubungan kerjanya tersebut dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Pemandu operator ( *tour operator guide* ) adalah pemandu yang bertugas mengatur, memimpin dan menyelenggarakan perjalanan wisata termasuk perlengkapan perjalanan, baik di dalam maupun ke luar negeri atas nama perusahaan perjalanan tempat ia berkerja.
2. Pemandu objek wisata ( *tourist object guide* ) adalah pemandu yang memberikan penerangan, menunjukkan dan bimbingan ke suatu atau lebih objek wisata.

3. Pemandu bebas ( *independent guide* ) adalah pemandu yang tidak terikat dalam kontrak kerja dengan suatu perusahaan biro perjalanan tetapi hanya di besarkan untuk beroperasi melakukan kegiatan pembimbingan wisatawan dan memberikan penerangan kepada wisatawan bilamana ia disewa atau bertindak untuk salah satu *tour operator* atau *travel agent* dan mempunyai ijin usaha dan kegiatan untuk memangku tugas pramuwisata

(Pramuwisata: 2002 : 14)

#### **1.2.4.5 Tinjauan Umum Tentang Dialog**

Dialog adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh lebih dari satu individu, untuk saling menyampaikan gagasan, informasi dan pandangan mengenai suatu hal yang dapat dikatakan bahwa itu adalah saling bermanfaat satu sama lainnya. Dalam hal ini pandangan tentang dialog adalah masih statis, yaitu masih diperkirakan hanya saling berbagi kabar saja.

Mikhail Bakhtin dalam sebuah gagasannya menyampaikan bahwa suatu dialog menyajikan persoalan yang bersifat kontekstual, terus-menerus dan berkembang yang berperan terhadap redefinisi terus-menerus oleh peserta dialog. Produk dan potensi yang ditawarkan oleh dialog adalah tidak terbatas: “kata akhir belum pernah diucapkan dan tidak akan pernah diucapkan.” (Morissan: 2013 : 307)

Bakhtin membedakan dialog dengan monolog, karena saat ini sebagian orang saat ini masih mengartikan bahwa dialog dan monolog adalah sama satu dan yang lainnya, tapi Bakhtin membedakannya dengan menggunakan istilah lain yaitu penyelesaian atau finalisasi sebagai kata lain untuk monolog. Monolog terjadi ketika interaksi menjadi statis, tertutup, mati. Dalam hal ini, orang kehilangan abstraksi,

generalisasi dan gagal memanfaatkan momen karena hilangnya suara yang berbeda-beda, tema-tema menjadi dogmatis dan tidak terdapat suatu proses untuk saling memperkaya satu sama lainnya (memperkaya dalam artian wawasan).

Bakhtin secara khusus menggambarkan kehidupan sebagai sebuah dialog yang terus menerus, dan sampai menyinggung tentang dialog juga membentuk sebuah budaya, karena setiap interaksi dialog mewakili pandangan masing-masing budaya berdasarkan sudut pandang kita terhadap orang lain. Kita menegosiasikan pengertian kita dalam interaksi dengan orang lain, menguji pandangan kita, pengertian dan sudut pandang kita terhadap pandangan, pengertian kita terhadap orang lain. (Morissan: 2013 : 308)

#### **1.2.4.6 Tinjauan Umum Tentang Analisis Percakapan**

Salah satu rangkaian karya yang paling menarik dan populer dalam ilmu komunikasi adalah analisis percakapan (*conversation analysis*) yang merupakan bagian dari ilmu sosiologi yang dinamakan etnometodologi, yaitu studi terperinci mengenai bagaimana manusia mengatur atau mengelola kehidupan mereka sehari-hari. Studi ini melibatkan seperangkat metode untuk menciptakan organisasi sosial. (Morissan, 2013: 235)

Percakapan dipandang sebagai suatu keberhasilan atau prestasi sosial karena percakapan mensyaratkan peserta percakapan untuk menyelesaikan sejumlah hal tertentu yang dilakukan secara kooperatif sepanjang percakapan berlangsung. Analisis percakapan berupaya untuk menemukan secara terperinci dan tepat apa saja keberhasilan yang telah dicapai itu dengan menguji secara hati-hati berbagai catatan

percakapan. Analisis percakapan dicirikan oleh pengamatan secara hati-hati terhadap urutan pembicaraan yang sebenarnya.

Dalam hal ini, peneliti analisis percakapan memerhatikan setiap bagian percakapan, setiap tindakan yang dilakukan dalam percakapan, dan meneliti apa yang tampaknya dilakukan pembicara ketika mereka berkomunikasi. Peserta percakapan melakukan banyak hal dalam waktu bersamaan seperti mengajukan dan menjawab pertanyaan, mengatur giliran bicara, dan kegiatan perlindungan wajah. Hal terpenting adalah mengetahui bagaimana segala hal tersebut dilakukan dalam bahas. Perangkat dan bentuk interaksi seperti apa yang digunakan para pihak untuk menghasilkan tindakan. (Morissan, 2013: 236)

Analisis percakapan berada dalam tradisi sosiokultural yang tidak membahas berbagai perbedaan individual atau proses mental yang ada dalam diri seseorang, tetapi fokus pada apa yang terjadi dalam bahasa pada percakapan. Analisis percakapan memfokuskan perhatiannya pada interaksi dalam percakapan seperti berbagai gerakan oleh komunikator dan bagaimana mereka mengelola dan mengatur urutan pembicaraan sebagaimana yang terlihat jelas pada perilakunya. (Morissan, 2013: 236)

Hal yang penting dalam analisis percakapan adalah pada cara bagaimana komunikator menciptakan stabilitas dan membangun organisasi percakapan mereka. Walaupun tampak luar suatu percakapan seperti asal-asalan, namun sebenarnya tetap terdapat organisasi dan keutuhan pembicaraan yang dibangun oleh para peserta selama percakapan berlangsung. Sebagai contoh, bayangkan suatu pekerjaan sederhana seperti bercerita. Ketika Anda bercerita, maka tampaknya Anda hanya

menyampaikan cerita, tetapi cerita Anda itu sesungguhnya adalah suatu keberhasilan bersama antara Anda dan orang-orang yang mendengarkan.

Anda dimungkinkan untuk menyampaikan cerita karena adanya kerja sama dengan orang-orang yang mendengarkan (pendengar) cerita Anda, antara lain kerja sama dalam mengatur giliran bicara secara hati-hati. Pertama, Anda menyiapkan “arena” percakapan dengan menawarkan suatu cerita, dan orang lain menerimanya dan mengizinkan Anda untuk bicara.

Selama Anda bercerita, pendengar mengambil cerita Anda (menunjukkan pengertian pendengar), memberikan izin bagi Anda untuk melanjutkan pembicaraan, mengarahkan atau memengaruhi cerita dan mengoreksi atau memperbaiki sesuatu yang Anda katakan. Kesemua ini membutuhkan kerja dan pengelolaan dari semua pihak yang terlibat. (Mandelbaum, 1989: 53)

Analisis percakapan memberikan perhatian pada beberapa topik yaitu: Pertama, terkait dengan apa yang ingin diketahui pembicara untuk melakukan percakapan yaitu mengetahui aturan percakapan. Berbagai fitur percakapan seperti giliran bicara, hening, jeda, keadaan tumpang tindih percakapan, pelanggaran aturan, cara-cara orang mencegah dan memperbaiki kesalahan bicara telah menjadi perhatian khusus analisis percakapan. (Morissan, 2013: 237)

Aspek analisis percakapan yang paling populer, dan mungkin yang paling signifikan adalah mengenai percakapan yang koheren yang memiliki definisi sederhana yaitu keterhubungan atau keterkaitan dan makna dalam percakapan. Suatu percakapan yang koheren akan tampak terstruktur dengan baik dan masuk akal bagi peserta bicara. Sifat percakapan yang koheren biasanya menjadi sesuatu yang diterima begitu saja (*taken for granted*), tetapi untuk menghasilkan percakapan yang koheren

merupakan hal yang kompleks dan tidak serta merta dimengerti. (Morissan, 2013: 238)

#### **1.2.4.7 Tinjauan Umum Tentang Wisatawan**

Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda, miskin-kaya, asing-nusantara, semuanya mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda. Jika ditinjau dari arti kata “wisatawan” yang berasal dari kata “wisata” maka sebenarnya tidaklah tepat sebagai pengganti kata “tourist” dalam bahasa Inggris.

Kata itu berasal dari bahasa Sanskerta “wisata” yang berarti “perjalanan” yang sama atau dapat disamakan dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris. Jadi orang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata “traveler” karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran “wan” untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaannya jabatannya dan kedudukan seseorang (Irawan, 2010:12).

Wisatawan menurut sifatnya (Kusumaningrum, 2009:18):

1. Wisatawan modern Idealis, wisatawan yang sangat menaruh minat pada budaya multinasional serta eksplorasi alam secara individual.
2. Wisatawan modern Materialis, wisatawan dengan golongan Hedonisme (mencari keuntungan) secara berkelompok.
3. Wisatawan tradisional Idealis, wisatawan yang menaruh minat pada kehidupan sosial budaya yang bersifat tradisional dan sangat menghargai sentuhan alam yang tidak terlalu tercampur oleh arus modernisasi.

4. Wisatawan tradisional Materialis, wisatawan yang berpandangan konvensional, mempertimbangkan keterjangkauan, murah dan keamanan.

#### **1.2.4.8 Tinjauan Umum Tentang Profil PO. Bus Cahaya Bakti Utama Sumedang.**

PO bus CAHAYA BAKTI UTAMA berdiri sejak tahun 2000 yang merupakan anak dari perusahaan MAYASARI GROUP, perusahaan yang bergerak pada bidang transportasi massa ini mengedepankan pelayanan yang maksimal bagi pengguna jasa transportasi yang memerlukan kenyamanan selama perjalanan menuju tujuan. Bus ini beroperasi dari sumedang-jakarta dan Jakarta-sumedang. PO bus Cahaya Bakti Utama berpusat di sumedang Jawa Barat tepatnya di wilayah Paseh, Legok Kab. Sumedang. Pemilik dari PO. CAHAYA BAKTI UTAMA adalah Yosep Rohimas SE. MM yang berdomisili di sumedang dan saat ini sedang mengembangkan sayapnya merambah ke bidang tours and travel dan wisata Religi.

### **1.3 Metode Penelitian Kualitatif**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menurut N. Abererombie bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa tidak memerlukan kuantifikasi, atau karena gejala-gejala tersebut tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat (Garna, 1999: 32), sedangkan menurut Nasution (1996: 5) penelitian kualitatif pada hakekatnya mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahas dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.

Penelitian kualitatif menurut Creswell (2002: 19) adalah proses penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian dengan metode yang khas



meneliti masalah manusia atau masyarakat. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam setting alamiah.

Menurut Sugiono yang dikutip pada bukunya yang berjudul “Memahami Penelitian Kualitatif”, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. (2007:1)

Menurut Deddy Mulyana yang di kutip dari bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif”.Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik.Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif. (Mulyana, 2003:150)

Untuk meneliti fenomena ini menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif (descriptive research) yaitu suatu metode yang dilakukan untuk mendeskripsikan suatu situasi atau area populasi tertentu yang bersifat factual, secara sistematis dan akurat. Penelitian deskriptif dapat di artikan sebagai penelitian yang dimaksudkan memotret fenomena individual, situasi atau kelompok yang terjadi secara kekinian.Penelitian deskriptif juga berarti penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena atau pun karakteristik individual, situasi, atau kelompok tertentu secara akurat

Alasan menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah:

1. Realitas komunikasi dalam Interaksi Komunikasi yang bersifat subyektif dan majemuk sebagaimana terlihat dari para wisatawan terhadap *Tour Guide*.
2. Data bersifat emik yaitu berdasarkan sudut pandang Pimpinan dan Tour Guide PO. Bus Cahaya Bakti Utama Sumedang.
3. Peneliti harus menjadi bagian dari *Tour Guide* PO. Cahaya Bakti Utama
4. Proses penarikan sampel bersifat purposif.

### **1.3.1 Paradigma Penelitian Konstruktivisme**

Paradigma konstruktivisme berusaha memahami dunia pengalaman nyata yang kompleks dari sudut pandang individu-individu yang tinggal di dalamnya dalam rangka mengetahui makna, definisi dan pemahaman pelakunya tentang suatu realitas. Menurut Schwandt (Denzin dan Lincoln, 2009: 146), “dunia realitas kehidupan makna-makna situasi-spesifik yang menjadi obyek umum penelitian dipandang sebagai konstruksi para pelaku sosial”.

Paradigma konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Deli dan rekan-rekan sejawatnya. Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu melakukan interpretasi dan bertindak menurut berbagai kategori konseptual yang ada dalam pikirannya. Menurut teori ini, realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuknya yang kasar, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana cara seseorang melihat sesuatu (Morissan, 2009:107)

Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari

subjek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Subjek memiliki kemampuan melakukan kontrol terhadap maksud-maksud tertentu dalam setiap wacana.

Paradigma konstruktivisme menyatakan bahwa individu menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. Teori konstruktivisme dibangun berdasarkan teori yang ada sebelumnya, yaitu konstruksi pribadi atau konstruksi personal (personal construct) oleh George Kelly. Ia menyatakan bahwa orang memahami pengalamannya dengan caramengelompokkan berbagai peristiwa menurut kesamaannya dan membedakan berbagai hal melalui perbedaannya.

Paradigma konstruktivisme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma konstruktivisme ini berada dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik. Paradigma konstruktivisme dalam ilmu sosial merupakan kritik terhadap paradigma positivis. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, seperti yang biasa dilakukan oleh kaum positivis. Konsep mengenai konstruksionis diperkenalkan oleh sosiolog interpretatif, Peter L. Berger bersama Thomas Luckman. Dalam konsep kajian komunikasi, teori konstruksi sosial bisa disebut berada diantara teori fakta sosial dan defenisi sosial (Berger dan Luckmann, 2011: 43)

Paradigma konstruktivisme yang ditelusuri dari pemikiran Weber, menilai perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia bertindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik itu melalui pemberian makna maupun pemahaman perilaku menurut Weber, menerangkan bahwa substansi bentuk kehidupan di masyarakat tidak hanya dilihat dari penilaian objektif saja, melainkan dilihat dari tindakan perorang yang timbul dari alasan-alasan subjektif. Weber juga melihat bahwa tiap individu akan memberikan pengaruh dalam masyarakatnya. Paradigma konstruktivis dipengaruhi oleh perspektif interaksi simbolis dan perspektif strukturan fungsional. Perspektif interaksi simbolis ini mengatakan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan respons terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Realitas sosial itu memiliki makna manakala realitas sosial tersebut dikonstruksikan dan dimaknakan secara subjektif oleh individu lain, sehingga memantapkan realitas itu secara objektif.

### **1.3.2 Pendekatan Penelitian Studi Interaksi Simbolik**

Interaksi Simbolik sangat berpengaruh dalam perkembangan ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi (termasuk sub ilmu komunikasi: public relations, jurnalistik, periklanan, manajemen komunikasi). Lebih dari itu, interaksi simbolik juga memberikan inspirasi bagi kecenderungan menguatnya pendekatan kualitatif dalam studi penelitian komunikasi. Pengaruh itu terutama dalam hal cara pandang secara holistic terhadap gejala komunikasi sebagai konsekuensi dari berubahnya prinsip berpikir sistemik menjadi interaksi simbolik. Prinsip ini menempatkan

komunikasi sebagai suatu proses menuju kondisi-kondisi interaksional yang bersifat konvergensif untuk mencapai pengertian bersama (mutual understanding) diantara para partisipan komunikasi. Informasi dan pengertian bersama menjadi konsep kunci dalam pandangan konvergensif terhadap komunikasi (Roger dan Kincaid, dalam Pawito, 2007: 66-67). Informasi pada dasarnya berupa symbol atau lambang-lambang yang saling dipertukarkan oleh atau diantara partisipan komunikasi.

Interaksi simbolik memandang bahwa makna (meanings) diciptakan dan dilanggengkan melalui interaksi dalam kelompok-kelompok sosial. Interaksi sosial memberikan, melanggengkan dan mengubah aneka konvensi, seperti peran, norma, aturan, dan makna-makna yang ada dalam suatu kelompok sosial. Konvensi-konvensi yang ada pada gilirannya mendefinisikan realitas kebudayaan dari masyarakat itu sendiri. Dalam hubungan ini, bahasa dipandang sebagai pengangkut realita (informasi) yang karenanya menduduki posisi yang sangat penting. Interaksi simbolik merupakan gerakan cara pandang terhadap komunikasi dan masyarakat yang pada intinya berpendirian bahwa struktur sosial dan makna-makna diciptakan dan dilanggengkan melalui interaksi sosial. (Pawito, 2007: 67)

Dalam melihat suatu realitas, menurut Upe dan Damsid, (2010: 121) interaksi simbolik mendasarkan pada tiga premis:

1. Dalam bertindak terhadap sesuatu – baik yang berupa benda, orang maupun ide – manusia mendasarkan tindakannya pada makna yang diberikannya kepada sesuatu tersebut.
2. Makna tentang sesuatu itu diperoleh, dibentuk – termasuk direvisi – melalui proses interaksi dalam kehidupan sehari-hari.

3. Pemaknaan terhadap sesuatu dalam bertindak atau berinteraksi tidak berlangsung secara mekanistik, tetapi melibatkan proses interpretasi.

#### **1.3.2.1 Penentuan Sumber Data Penelitian**

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi purposive. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Dijadikan informan dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah Pimpinan dan *Tour Guide* PO. Bus Cahaya Bakti Utama Sumedang.

#### **1.3.2.2 Proses Pendekatan Terhadap Informan**

Proses pendekatan terhadap informan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pendekatan struktural, dimana peneliti melakukan kontak dengan Pimpinan dan *Tour Guide* PO. Bus Cahaya Bakti Utama Sumedang yang sedang berbincang di ruangan guna meminta izin dan kesediannya untuk diteliti. Berdasarkan pendekatan struktural ini, peneliti mendapatkan nama-nama Pimpinan dan *Tour Guide* PO. Bus Cahaya Bakti Utama Sumedang yang akan dijadikan sebagai informan kunci. Selain itu juga peneliti diperkenankan memasuki ruangan kantor Pimpinan dan *Tour Guide* PO. Bus Cahaya Bakti Utama Sumedang.
2. Pendekatan personal (rapport), dimana peneliti berkenalan dengan Pimpinan dan *Tour Guide* PO. Bus Cahaya Bakti Utama Sumedang yang akan dijadikan sebagai informan kunci.



### 1.3.4 Teknik Pengumpulan Data

Creswell dalam Kuswarno (2008: 47), mengemukakan tiga teknik utama pengumpulan data yang dapat digunakan dalam studi interaksi simbolik yaitu: partisipan observer, wawancara mendalam dan telaah dokumen.

Peneliti dalam pengumpulan data melakukan proses observasi seperti yang disarankan oleh Creswell (2008: 10), sebagai berikut:

1. Memasuki tempat yang akan diobservasi, hal ini membantu peneliti untuk mendapatkan banyak data dan informasi yang diperlukan.
2. Memasuki tempat penelitian secara perlahan-lahan untuk mengenali lingkungan penelitian, kemudian mencatat seperlunya.
3. Di tempat penelitian, peneliti berusaha mengenali apa dan siapa yang akan diamati, kapan dan dimana, serta berapa lama akan melakukan observasi.
4. Peneliti menempatkan diri sebagai peneliti, bukan sebagai informan atau subjek penelitian, meskipun observasinya bersifat partisipan.
5. Peneliti menggunakan pola pengamatan beragam guna memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang keberadaan tempat penelitian.
6. Peneliti menggunakan alat rekaman selama melakukan observasi, cara perekaman dilakukan secara tersembunyi.
7. Tidak semua hal yang direkam, tetapi peneliti mempertimbangkan apa saja yang akan direkam.
8. Peneliti tidak melakukan intervensi terhadap partisipan, tetapi cenderung pasif dan membiarkan partisipan yang mengungkapkan perspektif sendiri secara lepas dan bebas.



9. Setelah selesai observasi, peneliti segera keluar dari lapangan kemudian menyusun hasil observasi, supaya tidak lupa.

Teknik diatas peneliti lakukan sepanjang observasi, baik pada awal observasi maupun pada observasi lanjutan dengan sejumlah informan. Teknik ini digunakan peneliti sebagai alat pengumpulan data selain wawancara mendalam.

#### **1.3.4.1 Teknik Observasi Terlibat**

Teknik ini digunakan untuk memperoleh pengetahuan yang tidak terbahasakan yang tidak didapat hanya dari wawancara. Seperti yang dinyatakan Denzin (dalam Mulyana, 2006: 163), pengamatan berperan serta adalah strategi lapangan yang secara simultan memadukan analisis dokumen, wawancara, partisipasi dan observasi langsung sekaligus dengan introspeksi. Sehubungan dengan hal ini, maka dalam penelitian lapangan peneliti turut terlibat langsung ke dalam berbagai aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh *Tour Guide* PO. Bus Cahaya Bakti Utama. Peneliti tinggal di lokasi penelitian yakni di Sumedang untuk melihat dari dekat atau mengamati secara langsung bagaimana *Tour Guide* Cahaya Bakti Utama melakukan interaksi simbolik dalam berbagai simbol-simbol ketika berinteraksi dengan wisatawan.

Melalui teknik observasi terlibat ini, peneliti berupaya untuk masuk dalam interaksi yang dilakukan *Tour Guide* kepada wisatawan dalam berbagi informasi dan memberikan pelayanan agar dapat mengetahui secara pasti logika subjektif seperti apakah simbol-simbol dalam interaksi simbolik yang dibangun oleh *Tour Guide* kepada wisatawan. Berkenaan dengan hal ini, peneliti telah berupaya untuk menempatkan diri sebatas di belakang layar atau tidak menonjolkan diri dalam situasi

tertentu di perjalanan *Tour Guide* memandu para wisatawan. Peneliti menganggap hal ini sangat penting dilakukan dengan maksud agar dengan posisi yang demikian, peneliti tetap memiliki peluang untuk secara lebih leluasa mencermati situasi yang berkembang, saat mereka selesai berkomunikasi diantara *Tour Guide* dengan wisatawan, peneliti meminta waktu mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait untuk kepentingan analisis.

#### **1.3.4.2 Wawancara Mendalam**

Wawancara mendalam dilakukan dengan tujuan mengumpulkan keterangan atau data mengenai objek penelitian yaitu komunikasi informan dalam kegiatannya di aktivitas *Tour Guide*. Wawancara mendalam bersifat terbuka dan tidak terstruktur serta tidak formal. Sifat terbuka dan terstruktur ini maksudnya adalah pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara tidak bersifat kaku, namun bisa mengalami perubahan sesuai situasi dan kondisi dilapangan (fleksibel) dan ini hanya digunakan sebagai guidance.

Langkah-langkah umum yang digunakan peneliti dalam proses observasi dan juga wawancara adalah sebagai berikut:

1. Peneliti memasuki tempat penelitian dan melakukan pengamatan pada anggota *Tour Guide*.
2. Setiap berbaur ditempat penelitian, peneliti selalu mengupayakan untuk mencatat apapun yang berhubungan dengan fokus penelitian.
3. Di tempat penelitian, peneliti juga berusaha mengenali segala sesuatu yang ada kaitannya dengan konteks penelitian ini, yakni seputar interaksi komunikasi antara *Tour Guide* dengan wisatawan.

4. Peneliti juga membuat kesepakatan dengan sejumlah informan untuk melakukan dialog atau diskusi terkait interaksi komunikasi antara *Tour Guide* dengan wisatawan.

5. Peneliti berusaha menggali selengkap mungkin informasi yang diperlukan terkait dengan fokus penelitian ini.

### **1.3.5. Teknik Analisis Data**

Analisis dan kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982) yang dikutip Moleong (2005: 248) merupakan upaya “mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain”.

Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut:

Tahap I : Mentranskripsikan Data

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

Tahap II : Kategorisasi

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

Tahap III : Verifikasi

Pada tahap ini data dicek kembali untuk mendapatkan akurasi dan validitas data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian. Sejumlah data, terutama data yang berhubungan dengan interaksi komunikasi antara *Tour Guide* dengan wisatawan.

Tahap IV : Interpretasi dan Deskripsi

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

### **1.3.6 Validitas Data**

Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan triangulasi data baik dari segi sumber data maupun triangulasi metode yaitu:

#### **1. Triangulasi Data:**

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

## 2. Triangulasi Metode:

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan teori aplikatif juga merupakan atau bisa dianggap sebagai triangulasi metode, seperti menggunakan teori komunikasi kelompok dan interaksi simbolik juga pada dasarnya adalah praktik triangulasi dalam penelitian ini. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang interaksi komunikasi antara *Tour Guide* dengan wisatawan.