

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi telah menjadi bagian kekal dari kehidupan manusia. Komunikasi merupakan perangkat dasar interaksi antar manusia, seluruh aktivitas manusia yang bersifat human relationships senantiasa membutuhkan komunikasi. Komunikasi adalah proses kegiatan membangun kesamaan makna antara dua orang atau lebih melalui pertukaran informasi satu sama lain. Komunikasi merupakan pertukaran informasi, gagasan, dan perasaan, baik disampaikan secara verbal maupun non verbal.

Dalam hubungannya dengan pembangunan komunikasi merupakan kunci bagi terjadinya perubahan yang diinginkan melalui desain-desain pesan dan proses pengkomunikasian program secara tepat dan benar. Komunikasi dapat mendidik masyarakat dengan menanamkan gagasan-gagasan, sikap mental dan mengajarkan keterampilan yang dibutuhkan masyarakat. Komunikasi adalah sebuah tindakan untuk berbagi informasi, gagasan, atau pendapat dari setiap partisipasi komunikasi yang terlibat didalamnya guna mencapai kesamaan makna. Komunikasi merupakan suatu tindakan yang memungkinkan kita mampu menerima dan memberikan informasi atau pesan sesuai apa yang kita butuhkan.

Proses komunikasi secara sederhana dapat didefinisikan sebagai suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan

saluran komunikasi. Definisi singkat ini dibuat oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa yang dipakainya, kepada siapa serta apa pengaruhnya. Bagaimanapun juga setiap komunikasi yang dilakukan senantiasa memberikan efek positif atau efektivitas komunikasi. Komunikasi yang tidak menginginkan efektivitas, biasanya adalah komunikasi yang tidak memiliki tujuan. Efek dalam komunikasi adalah perubahan yang terjadi pada diri penerima (Komunikasn dan Khalayak), sebagai akibat pesan yang diterima baik secara langsung maupun tidak langsung atau menggunakan media massa jika perubahan itu sesuai dengan keinginan komunikator, maka komunikasi itu disebut efektif.

Komunikasi bersifat dinamis. Manusia sebagai makhluk komunikasi juga bersifat dinamis, sehingga komunikasi senantiasa mengikuti perubahan kebutuhan dan dinamika kehidupan manusia. Komunikasi menjadi sebuah sistem untuk berhubungan, berdialog dengan diri sendiri (Intrapersonal) dan dengan orang lain (Interpersonal). Seiring perkembangan zaman, Komunikasi menjadi sebuah kebutuhan mutlak bagi setiap individu, tanpa mengenal usia, jenis kelamin, pekerjaan, status sosial, dan lain-lain. Hal tersebut tidak mengherankan setelah kita melewati zaman industrilisasi, kini kita menghadapi zaman informasi (Information age). Kebutuhan akan informasi terus meningkat seiring dengan pesatnya perkembangan dan kemajuan inovasi dan teknologi, demi mencapai kesejahteraan hidup manusia. Hal inilah yang melatar belakangi munculnya berbagai media yang mampu menyebarkan informasi kepada khalayak luas,

dimulai dari media cetak (surat kabat, brosur, leaflet, dll), media elektronik (telephon, radio, televisi), hingga media online (Internet).

Saluran media massa adalah segala bentuk media massa (media cetak, media elektronik, dan multi media) yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan mereka. Saluran komunikasi atau media yang digunakan adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber ke penerima. Saluran komunikasi ada beberapa macam bentuknya, baik dalam media komunikasi antarpribadi maupun komunikasi massa dan dengan menggunakan saluran komunikasi umpan balik dari informasi atau pengaduan yang diperlakukan dan diajukan oleh masyarakat bisa dijawab melalui media atau saluran komunikasi.

Pendapat Rogers (1983), menyatakan bahwa saluran komunikasi adalah alat atau media yang dapat dimanfaatkan oleh individu-individu atau kelompok serta organisasi yang berkomunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan (messages) mereka. Saluran komunikasi adalah alat melalui mana sumber komunikasi menyampaikan pesan-pesan (messages) kepada penerima (receiver). Saluran ini dianggap sebagai penerus/penyampai pesan yang berasal dari sumber informasi kepada tujuan informasi.

Saluran Komunikasi dapat juga dikembangkan dalam hal bidang pariwisata yaitu mengenalkan sebuah objek wisata tersebut agar diketahui oleh pihak luar yang belum pernah pergi ke objek wisata tersebut. Wisata di Indonesia sangat banyak dan beraneka ragam macamnya, mulai yang alami sampai dengan wisata buatan.

Wisata menurut undang-undang RI nomor 10 tahun 2009, menjelaskan bahwa wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara (Ismayanti, 2010). Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah (Ismayanti, 2010). Dalam UU nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Daya tarik wisata dibagi menjadi daya tarik wisata buatan, dan budaya (Kemenpar, 2016). Menurut suwanto (2004) daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata, terdiri dari pengusaha daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya pengusaha daya tarik wisata minat khusus (Ismayanti, 2010).

Pembentukan dan perkembangan minat merupakan sebuah proses psikologis yang panjang. Terbentuknya minat seseorang terhadap suatu objek tidak terjadi dengan sendirinya melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Minat sebagai salah satu unsur kepribadian yang terbentuk dan berkembang antara lain karena terpengaruh bawaan dan faktor pengalaman, sehingga berdasarkan kedua hal tersebut timbullah minat seseorang pada suatu objek.

Adapun yang menjadi faktor pembawaan, misalnya : umur, individu, jenis kelamin, perkembangan fisik dan lain sebagainya sedangkan faktor pengalaman merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungannya. Menurut Haris (1950) dan Garrison (1952) yang dikutip oleh Sukartini S.P (1987): “Perkembangan minat sejajar dengan perkembangan fisik dan mental” ini artinya bahwa seseorang akan memiliki minat yang nyata terhadap sesuatu hal bila fisiknya memungkinkan. Berdasarkan pengertian tersebut diatas, jelaslah bahwa semua orang akan mengalami pertumbuhan, perkembangan, dan pengurangan terhadap apa yang diminatinya, sejalan dengan usianya yang semakin dewasa.

Minat juga diartikan pula sebagai kesadaran seseorang bahwa suatu objek seseorang, seseorang disini merupakan suatu masalah ataupun suatu situasi yang mempunyai sangkut paut dengan dirinya yang dilakukannya dengan sadar serta diikuti rasa senang. Minat pula sambutan yang sadar, jika tidak demikian maka minat tersebut tidak mempunyai nilai sama sekali. kesadaran terhadap suatu objek disusul dengan meningkatnya perhatian (Witherington, 1986). Dalam hal kaitan ini dapat dipahami daya tarik minat wisatawan tidak terlepas dari Pembentukan dan perkembangan minat seseorang, terutama wisatawan dalam membentuk minat berkunjungnya. Pembentukan dan perkembangan minat wisatawan itu sendiri bisa dipengaruhi oleh informasi yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka fokus penelitian ini adalah, Saluran apa saja yang dimanfaatkan oleh wisatawan untuk mengetahui objek wisata yang ada di Kabupaten Bangkalan dan Bagaimana proses pengambilan keputusan wisatawan tentang objek wisata yang ada di Kabupaten Bangkalan tersebut

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi saluran komunikasi apa saja yang digunakan wisatawan yang berkunjung ke wisata Kabupaten Bangkalan dan mengetahui bagaimana proses pengambilan keputusan wisatawan tentang objek wisata yang ada di Kabupaten Bangkalan tersebut.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang perlu diketahui dalam melakukan sebuah penelitian ini, khususnya penelitian yang terfokuskan pada saluran komunikasi yang digunakan wisatawan yang berkunjung ke wisata Kabupaten Bangkalan dan mengetahui proses pengambilan keputusan wisatawan tentang objek wisata yang ada di Kabupaten Bangkalan tersebut.

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dalam bidang kajian ilmu komunikasi, khususnya saluran komunikasi dan pengambilan keputusan wisatawan

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

##### a. Subjek Penelitian

Dengan adanya penelitian ini subjek diharapkan menjadi paham dan sadar akan penggunaan saluran-saluran komunikasi yang dia peroleh sesungguhnya.

##### b. Wisata Bangkalan Madura

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan wisata di Kabupaten Bangkalan Madura dalam mempromosikan wisatanya dan memperhatikan sisi saluran yang efektif ketika menyebarkan pesan dalam hal mengenalkan wisata tersebut.

##### c. Penelitian Selanjutnya

Adapun manfaat penelitian ini bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi referensi apabila ingin melakukan penelitian yang sama, penelitian dengan variabel yang sama yaitu penggunaan saluran komunikasi, atau dengan fenomena yang sama yaitu dalam pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung wisata di Bangkalan Madura.