

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepariwisata di Indonesia pada saat ini telah tumbuh dan berkembang menjadi salah satu pemasukan devisa bagi negara. Indonesia memiliki potensi yang besar di bidang pariwisata, ini bisa dilihat dari indahnya berbagai macam pemandangan alam, kebudayaan dan sejarah bangsa, festival-festival dan upacara-upacara daerah yang unik, berbagai macam seni lukis, dan kerajinan tangan, dan banyaknya tempat yang sangat menarik para wisatawan domestik maupun mancanegara yang ingin mengunjungi daerah-daerah wisata tersebut.

Berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia sangat berpengaruh dengan usaha – usaha jasa perjalanan wisata atau yang lebih di kenal sebagai Biro Perjalanan Wisata (BPW). Menurut Yoeti (2006) yang dikutip dari Rahdia Shella Dhiasti :

“Biro Perjalanan Wisata (BPW) adalah sarana kepariwisataan yang melayani kebutuhan wisatawan antara lain dokumen perjalanan, transportasi, makanan, panduan jadwal perjalanan, tiket masuk wisata hingga pemandu wisata. Perkembangan usaha Biro Perjalanan Wisata pun mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.”

Pariwisata merupakan suatu kebutuhan manusia yang harus dipenuhi dari jaman dahulu kala. Dengan banyaknya kegiatan yang kita lakukan setiap hari

akan menimbulkan rasa jenuh di dalam diri kita, sehingga dengan melakukan kegiatan wisata seseorang dapat menghilangkan rasa jenuhnya sejenak.

Dalam menunjang keberlangsungan kegiatan tour tersebut, setiap perusahaan biro perjalanan wisata membutuhkan peran seorang pemimpin perjalanan wisata (*tour leader*). *Tour leader* merupakan orang yang berada di jajaran terdepan yang mewakili perusahaan dalam memimpin perjalanan dan memenuhi kebutuhan wisatawan selama kegiatan wisata. Seorang *Tour Leader* wajib mengikuti seluruh rangkaian tour mulai dari awal sampai akhir. Jika berwisata keluar negeri, *Tour Leader* inilah yang menemani peserta mulai dari keberangkatan dari bandara asal, contohnya seperti dari Bandara Soekarno-Hatta Jakarta sampai ketika tour berakhir dan tiba kembali di Bandara Soekarno-Hatta Jakarta.

Tugas *Tour Leader* adalah membimbing dan memimpin grup/rombongan dari awal hingga akhir *tour*, jadi tidak hanya di kota-kota tertentu saja. Ia juga yang mengatur agar *tour* berjalan dengan lancar, mulai dari *morning call*, *ontime schedule* dengan menyesuaikan kondisi yang ada pada saat *tour* berlangsung dengan *itinerary* telah direncanakan, sampai tiba di hotel setelah *tour* pada malam harinya. Tugas *Tour Leader* termasuk memastikan bahwa peserta *tour* semua dalam keadaan baik dan sehat. *Tour Leader* harus tahu pasti bahwa rombongan yang dipimpinya lengkap (tidak ada yang tertinggal).

Secara sepintas, tugas dan tanggung jawab seorang *Tour Leader* dan *Tour Guide* terlihat sama, namun kedua jenis pekerjaan ini memiliki perbedaan yang

cukup signifikan. Dimulai dari Jadwal dan Durasi Perjalanan, biasanya seorang *Tour Leader* memiliki jadwal dan durasi perjalanan yang lebih lama dari seorang *Tour Guide*, dimana seorang *Tour Leader* harus menemani wisatawan dan mengikuti seluruh rangkaian tur dari awal hingga akhir, sedangkan seorang *Tour Guide* hanya bertugas menjelaskan destinasi yang sedang dikunjungi. Dengan demikian perbedaan *Tour Leader* dan *Tour Guide* terlihat dari jadwal dan durasi perjalanan, tanggung jawab, juga pengetahuan sejarah dan budaya.

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.

Sebagai seorang *Tour Leader* tentunya memiliki kriteria – kriteria yang baik dan berkualitas, antara lain seorang *Tour Leader* harus memiliki penguasaan bahasa, baik bahasanya sendiri (*native laguage*), bahasa asing (Bahasa Inggris), maupun sedikit bahasa daerah di daerah yang akan ia kunjungi dan itu wajib hukumnya. Selain itu seorang *Tour Leader* juga harus berpengalaman berinteraksi. Utamanya dengan orang-orang pada usia tertentu, misalnya, orang tua, anak remaja atau bahkan anak kecil, baik laki-laki maupun perempuan. Sebab pastinya tiap kategori umur tersebut perlu penanganan yang berbeda. Karena biasanya *Tour Leader* kan membawa rombongan (minimal 10 orang) yang sebelumnya belum tentu semua saling mengenal, maka di kesempatan ini

pun *Tour Leader* dituntut untuk mampu menjadi *ice breaker* dan sigap menghadapi berbagai situasi, maka dari itu peningkatan kreatifitas seorang *Tour Leader* menjadi sangat penting dalam dunia kerjanya. Dalam penelitian ini peneliti mengambil objek penelitian pada sebuah organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung.

Bersarkan hasil observasi dan wawancara dengan Kang Badru sebagai Ketua Organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) mengatakan bahwa:

“Perkumpulan *Tour Leader* Bandung ini telah berdiri sejak tahun 2014. Dan sampai saat ini organisasi ini masih aktif dalam melakukan kegiatan pariwisata dan jumlah anggota organisasi tersebut telah mencapai 96 orang. Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) ini merupakan wadah bagi para pelaku wisata. Dimana para biro perjalanan wisata yang hendak mencari seorang pemandu wisata (*Tour Leader*) langsung menghubungi organisasi *Tour Leader* ini. Organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) bukan hanya sekelompok orang yang memiliki kegemaran yang sama, atau ketertarikan kepada sebuah hal saja, namun di dalam organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) terdapat struktur organisasi yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan.”

Bagi para *Tour Leader*, kebutuhan akan organisasi sama besarnya dengan kebutuhan akan berekspresi. *Tour Leader* tidak cukup hanya berlatih, menggeluti hidup, dan bergulat dengan referensi sebagai aktivitas pribadi di ruang-ruang batinnya yang sunyi. Mereka juga membutuhkan wahana tempat menemukan lawan-tanding, berbagi pengalaman dan pemikiran, berdiskusi, mengasah karya, dan memompa semangat untuk melahirkan ide – ide baru yang berkualitas. Seseorang akan relatif mudah mencapai sukses berkat kebersamaan dan dukungan orang di sekitarnya, demikianlah seorang *Tour Leader* akan

relatif mudah berhasil berkat dukungan organisasinya. Dalam konteks itulah, komunitas memberikan sumbangan penting pada perkembangan *Tour Leader* dalam meningkatkan kreatifitas.

Bersarkan hasil observasi dan wawancara dengan Kang Akuy sebagai Ketua Bidang Humas Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) mengatakan bahwa:

“Menjadi seorang *Tour Leader* bukan sekedar kemampuan untuk menghasilkan informasi saja, namun juga termasuk kemampuan membaca lingkungan sekitar secara kritis, serta keberanian untuk memahami diri sendiri sebagai individu yang mandiri serta memiliki potensi untuk berkembang dan berkontribusi pada perubahan. Seperti yang dilakukan organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) yang selalu mengadakan kegiatan pelatihan dan juga sharing dalam “*Learning Meet Up*”. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan ide kreatif anggota yang ditangkap berdasarkan fenomena keseharian. Ketika berkumpul, mereka saling memberikan informasi berbagai ide dan gagasan, bertukar informasi mengenai referensi, berdiskusi mengenai berbagai hal yang sama-sama mereka minati untuk memperluas wawasan dan memperdalam pengetahuan mengenai dunia pariwisata di Indonesia.”

Peneliti memilih organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) sebagai bahan penelitian. Alasan utama peneliti memilih organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB), karena organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) merupakan organisasi *Tour Leader* yang besar di kota Bandung dan selalu dapat menjaring anggota baru, selain itu dalam kegiatannya bukan hanya sebatas bermain atau menikmati perjalanan wisata, melainkan setiap anggotanya harus bisa menghasilkan suatu ide dan mempresentasikan hasil ide tersebut kepada semua anggotanya dalam event yang di adakan satu bulan sekali yang diberi nama *Learning Meet Up*. Selain

itu, ada pula kegiatan YKS atau Yuk kita sodaqoh yang selalu diadakan setiap satu tahun sekali dalam rangka sosialisasi Bersama anak – anak yang kurang mampu yang juga bertujuan dalam membangun hubungan baik dengan para vendor tempat makan, tempat oleh – oleh dan yang lainnya. Organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) juga sering mengadakan diskusi mengenai tema tentang pariwisata, *event gathering* setiap minggunya.

Dengan begitu, organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung dapat terus mengembangkan ilmunya sebagai Pemimpin pada saat perjalanan wisata dan juga sebagai penyampai informasi bagi para peserta tour-nya. Hal ini organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung lakukan agar para anggota dapat secara bertahap mengembangkan ilmu pariwisatanya serta meningkatkan ke kreatifannya sebagai seorang *Tour Leader*, dengan melakukan pelatihan dan *sharing* yang dilakukan salah satunya dalam kegiatan *Learning Meet Up*, yang disampaikan secara tepat kepada anggota PTLB sendiri. Dari kegiatan yang dijalankan, dapat memberikan pengaruh yang positif, selain mendapatkan ilmu baru, sehingga para anggota dapat meningkatkan kreatifitasnya namun juga dalam kegiatan ini juga solidaritas dalam organisasi ini juga terasa lebih mudah dibangun.

Kegiatan “*Learning Meet Up*” ini merupakan salah satu kegiatan komunitas Perkumpulan *Tour Leader* Bandung yang dimaksudkan untuk mengembangkan ilmu pariwisata dan meningkatkan kreatifitas para anggotanya yang dimulai dari cara mereka melakukan *greeting* hingga *closing*. Kegiatan “*Learning Meet Up*” ini merupakan kegiatan yang paling penting, karena kegiatan ini sangat

berhubungan dengan kewajiban mereka sebagai *Tour Leader* yang pada dasarnya setiap individu dalam hal ini mempunyai caranya yang berbeda dalam melakukannya. Selain itu, tujuan dari kegiatan ini juga yaitu untuk melakukan *sharing* ke setiap anggotanya, agar setiap anggota PTLB dapat mengatasi permasalahan pada saat melakukan perjalanan wisata dan juga dapat mempelajari karakter setiap tamunya yang selalu berbeda – beda, maka dari itu kegiatan ini dilakukan, karena sebagai seorang *Tour Leader* pengembangan ilmu pariwisata dan peningkatan kreatifitasnya sangat mereka butuhkan untuk menunjang kewajibannya sebagai seorang *Tour Leader*.

Dengan demikian, pada saat ini kreatifitas seseorang sangatlah diperlukan. Terutama sebagai seorang *Tour Leader*, kreatifitas sangat berperan penting, karena pada saat melakukan perjalanan wisata dan hendak membawa peserta tour, seorang *Tour Leader* harus menyenangkan dan tidak membosankan pada saat perjalanan wisata berlangsung, seorang *Tour Leader* juga harus bisa membuat para peserta nyaman dengan segala kemampuannya, dimulai dari melakukan *Jokes*, *Games* atau pada saat memberikan informasi seputar dirinya, agar suasana tidak bosan, hal ini mereka lakukan, karena pada saat itu, para peserta *Tour* merupakan tanggungjawabnya. Maka dari itu kegiatan *Learning Meet Up* merupakan salah satu kunci para PTLB untuk selalu meningkatkan kreatifitasnya.

Kreatifitas merupakan kunci dari keberhasilan suatu organisasi *Tour Leader*. Kreatifitas adalah sebuah kata yang memiliki makna dan arti penting dalam sebuah hasil daya cipta, daya khayal yang lahir dari kecerdasan berpikir

manusia yang kreatif menggunakan akalnya, manusia sejatinya lebih kreatif dalam mengembangkan berbagai pengamatan dan kajian terhadap sesuatu yang berguna bagi edukasi masyarakat, Adapun beberapa pendapat para ahli tentang kreativitas.

Menurut Imam Musbikin (2006:6) kreatifitas adalah :

“Kemampuan memulai ide, melihat hubungan yang baru, atau tak diduga sebelumnya, kemampuan memformulasikan konsep yang tak sekedar menghafal, menciptakan jawaban baru untuk soal-soal yang ada, dan mendapatkan pertanyaan baru yang perlu dijawab.”

“Kreatifitas pada intinya merupakan kemampuan umum untuk menciptakan sesuatu yang baru, sebagai kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah, atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan-hubungan baru antara unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya.“ (Munandar, 2004:25).

Kreatifitas merupakan suatu cara untuk mencapai keberhasilan sebagai seorang *Tour Leader*, karena sebagai seorang *Tour Leader* kreatifitas merupakan kunci ia untuk berinteraksi dengan para peserta tournya. Karena sebagai seorang *Tour Leader* yang hanya bisa memimpin dan mendampingi saja tidak cukup, seorang *Tour Leader* harus memiliki banyak ide yang bisa memecahkan suasana pada saat perjalanan wisata dilakukan, terutama pada saat perjalanan panjang, hal ini dilakukan selain untuk mengasah kemampuannya lebih dalam, hal ini juga dilakukan para *Tour Leader* sebagai cara untuk berinteraksi dengan para peserta tour, mengingat tidak semua orang bisa menikmati perjalanan dan tidak mudah bosan. Dan selama ia bekerja sebagai *Tour Leader* ada norma – norma dan etika yang harus ditaati oleh seorang *Tour Leader*. Dalam berkomunikasi, seorang *Tour Leader* merupakan seorang komunikator yang memberikan informasi apapun tentang perjalanannya. Dalam

hal ini seorang *Tour Leader* diharuskan memiliki kemampuan untuk mempersuasi wisatawan.

“Kemampuan mempersuasi itu diwujudkan dalam bentuk dialog antar manusia berupa komunikasi dalam bentuk verbal (percakapan) maupun nonverbal (*gesture*) yang berfungsi mempertegas maksud pesan yang disampaikan oleh *Tour Leader*. Selama proses itulah berlangsung kegiatan komunikatif – persuasive – sugestif yang merupakan aspek - aspek manusiawi dari human relations.” (Effendy, 1993:42).

Dapat disimpulkan bahwa fungsi kegiatan *Learning Meet Up* ini adalah menjabarkan proses penyampaian ilmu dan tehnik menjadi seorang *Tour Leader* yang lebih berkualitas dalam penyampaian informasi ataupun sebagai pemandu perjalanan wisata. Dalam hal ini juga organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung tentunya menggunakan suatu pola komunikasi untuk bisa menjalin hubungan yang baik dan bisa terus eksis dalam ruang lingkungannya. Pola komunikasi yang digunakan organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung ini dengan menggunakan pendekatan kepada setiap anggotanya menggunakan bahasa verbal dan nonverbal.

Menurut Rosmawaty dalam buku *Mengenal Ilmu Komunikasi* menyebutkan:

“Komunikasi dengan menggunakan bahasa verbal kata-katanya memiliki kekuatan yang sangat besar, mereka yang dapat menggunakannya dengan baik dapat mempengaruhi orang di sekitarnya hanya dengan beberapa kata saja dan menyelidiki bagaimana mengaitkan kekuatan kata tersebut dengan perasaan, pikiran, dan tindakan, serta akan menjelaskan hubungan antar bahasa. Sedangkan komunikasi yang menggunakan bahasa nonverbal yaitu komunikasi dengan menggunakan isyarat-isyarat seperti gerak tubuh, intonasi suara, sikap, dan sentuhan yang memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi tanpa menggunakan kata-kata. Tetapi kebanyakan komunikasi nonverbal adalah tingkah laku yang tidak disadari, karena

kebanyakan dari kita mempunyai keterbatasan dalam memahaminya”
(Rosmawaty, 2010: 33)

Komunikasi memegang peran penting dalam sebuah lembaga, perusahaan ataupun organisasi. Kegiatan komunikasi secara sederhana tidak hanya sekedar menyampaikan pesan informasi tetapi juga mengandung unsur persuasif yakni agar orang lain bersedia menerima suatu pemahaman dan pengaruh maupun melakukan suatu perintah, bujukan dan sebagainya.

Komunikasi juga merupakan suatu tindakan yang memungkinkan kita mampu menerima dan memberikan informasi atau pesan sesuai dengan apa yang kita butuhkan. Secara teoritis, kita mengenal beragam tindakan komunikasi berdasarkan pada konteks dimana komunikasi tersebut dilakukan, yaitu konteks komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Jika dilihat dari beberapa konteks komunikasi di atas, konteks komunikasi yang berhubungan atau sesuai dengan penelitian ini adalah komunikasi organisasi.

Berdasarkan literatur yang peneliti pelajari bahwa di dalam sebuah organisasi saling terjadi pertukaran pesan, dan pertukaran pesan tersebut dilakukan melalui pola komunikasi. Banyak hal yang mempengaruhi kemampuan suatu organisasi untuk terus bertahan dan berkembang. Secara umum, hal terpenting yang diperlukan adalah menciptakan saling pengertian dan kesepahaman terhadap hal-hal tertentu dalam organisasi. Untuk menumbuhkan saling pengertian dan kesepahaman tersebut, keberadaan

komunikasi mutlak dibutuhkan. Bila komunikasi sebuah organisasi tidak efektif, bukan hanya tidak akan berkembang, tetapi organisasi tersebut akan hancur.

Komunikasi dalam organisasi tidak akan selamanya berjalan dengan mulus dan lancar sesuai dengan yang diharapkan. Hambatan akan seringkali dijumpai dalam suatu organisasi seperti terjadi salah pengertian antara satu anggota dengan anggota lainnya atau antara atasan dengan bawahannya mengenai pesan yang mereka sampaikan dalam berkomunikasi.

Kebutuhan akan pola komunikasi sangat penting untuk manusia dapat berinteraksi dengan yang lain karena manusia sebagai makhluk sosial yang tidak pernah lepas dari berkomunikasi, begitupun dengan organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) yang membutuhkan pola komunikasi yang efektif sehingga dapat menyampaikan informasi mengenai pariwisata kepada para anggotanya, bagi organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) dalam hal ini sangat penting untuk menggunakan bahasa yang tepat dan mudah dipahami pada saat menyampaikan informasi yang tidak luput dari komunikasi karena bahasa merupakan hasil dari sebuah kreatifitas, sehingga untuk mencapai pola komunikasi yang efektif terjadi apabila setiap individu mencapai pemahaman bersama, merangsang untuk melakukan tindakan, dan mendorong orang untuk berpikir dengan cara baru.

Masalah yang ada di PTLB ini tidak hanya kendala bahasa untuk menyampaikan informasi pariwisata sehingga dapat dimengerti dan dipahami.

Penyampaian materi organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) ini tidak hanya materi yang disiapkan oleh organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) akan tetapi tergantung apa yang sedang dialami di lapangan oleh para *Tour Leader* sehingga organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) dapat menyampaikan informasi dan solusinya seperti masalah yang sering di alami *Tour Leader* dalam berinteraksi dengan peserta dari luar daerah, mencairkan suasana ketika perjalanan wisata mulai membosankan dan lainnya.

Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif akan menambah pengetahuan yang baik bagi setiap individu, namun kebutuhan pola komunikasi ditunjang dengan arus pola komunikasi, karena tanpa adanya pola komunikasi yang terstruktur penyampaian pesan pun tidak akan tersampaikan dengan baik. Pengertian pola komunikasi adalah saluran yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain.

Pola komunikasi menurut Pace & Faules mengatakan bahwa :

“Pola komunikasi adalah bagaimana kebiasaan dari suatu kelompok untuk berinteraksi, bertukar informasi, pikiran dan pengetahuan. Pola komunikasi juga dapat dikatakan sebagai cara seseorang atau kelompok berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol yang telah disepakati sebelumnya”. (Pace dan Faules, 2002 : 171)

Dalam pola komunikasi yang akan disampaikan secara efektif terdapat pula jenis komunikasi yang akan mengetahui dengan cara bagaimana kita dapat menyampaikan informasi yang dapat dipahami oleh setiap orang sehingga dapat berkomunikasi satu sama lain dengan baik, seperti komunikasi menurut cara penyampaian yaitu bisa melalui komunikasi lisan atau tertulis, adapun dari

segi kemas pesan yang disampaikan yaitu dengan komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal, dan lain-lain.

Dari pengertian diatas maka suatu pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan yang dikaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah-langkah pada suatu aktifitas dengan komponen - komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia atau kelompok dan organisasi. Karena sejak lahir setiap manusia sebagai makhluk sosial perlu komunikasi. Komunikasi bertahap dari pembelajaran sampai bisa. Sejak awal berkomunikasi dengan adanya pengaruh yang lebih bisa. Komunikasi sangat berperan penting dalam kehidupan sehari – hari, mulai dari komunikasi dengan lingkungan keluarga, lingkungan teman dekat, hingga komunikasi dengan lingkungan masyarakat. Komunikasi berbeda – beda dari segi penyampaian pesan hingga segi budaya, bahasa, serta pendidikan. Ini dikarenakan dalam penyampaian pesan bisa berbeda, tergantung bagaimana seseorang memulai kebiasaannya. Berkomunikasi akan terjadi jika ada dua orang atau lebih, ini dimaksudkan sebagai seseorang tidak akan pernah lepas dari sebuah pola komunikasi.

Berdasarkan data yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang dilakukan Komunitas Perkumpulan *Tour Leader* Bandung ini dalam kegiatan *Learning Meet Up* sangat memiliki peran penting dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan juga ke kreatifitas para anggotanya sebagai sumber pengetahuan dan juga sekaligus meningkatkan kemampuan

dalam menjadi seorang pelaku wisata. Dalam pelaksanaannya melihat hal-hal diatas bukan tidak mungkin pola komunikasi yang terbentuk akan berbeda-beda bagi setiap individu yang berada di dalam Komunitas Perkumpulan *Tour Leader* Bandung.

Dengan demikian, hal ini sangat menarik untuk diteliti peneliti, peneliti akan menganalisa bagaimana Pola Komunikasi seorang *Tour Leader* dalam meningkatkan kreatifitas dengan anggotanya melalui suatu program “*Learning Meet Up*”. Dan dari latar belakang diatas, kita dapat mengetahui bagaimana Pola Komunikasi seorang *Tour Leader* dalam meningkatkan kreatifitasnya, maka peneliti memberikan judul kepada penelitian ini dengan judul “**Pola Komunikasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB)** (Studi Deskriptif Pola Komunikasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung Melalui Kegiatan *Learning Meet Up* Dalam Meningkatkan Kreatifitas Anggota-Nya).

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Bagaimana Pola Komunikasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung Melalui Kegiatan “*Learning Meet Up*” Dalam Meningkatkan Kreatifitas Anggotanya?

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Dari Rumusan Masalah yang masih luas, supaya penelitian lebih spesifikasi dan terarah maka dibuat indikator masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Proses Komunikasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung Melalui Kegiatan *Learning Meet Up* Dalam Meningkatkan Kreatifitas Anggotanya?
2. Bagaimana Hambatan Komunikasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung Melalui Kegiatan *Learning Meet Up* Dalam Meningkatkan Kreatifitas Anggotanya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud yang dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisa, menjelaskan dan mengukur, pola komunikasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung (PTLB) melalui kegiatan "*Learning Meet Up*" dalam meningkatkan kreatifitas anggotanya sesuai dengan latar belakang dan pembatasan kasus penelitian.

Dengan demikian maksud penelitian menunjukkan apa yang akan dikerjakan oleh peneliti dan dapat membantu peneliti dalam menentukan metode atau teknik yang akan digunakan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses komunikasi yang dilakukan Perkumpulan *Tour Leader* Bandung Melalui Kegiatan *Learning Meet Up* Dalam Meningkatkan Kreatifitas Anggotanya

2. Untuk mengetahui hambatan komunikasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung Melalui Kegiatan *Learning Meet Up* Dalam Meningkatkan Kreativitas Anggotanya

1.4 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Bagi Peneliti

Sebagai satu bentuk aplikasi ilmu yang diterima selama perkuliahan secara teori, yang berguna sebagai pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian dan memunculkan pemikiran baru tentang Pola Komunikasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung dalam menjalin interaksi dengan peserta tour di Kota Bandung.

b. Kegunaan Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu komunikasi secara umum dan secara khusus dikalangan mahasiswa program studi ilmu komunikasi sebagai literatur, dan memberikan manfaat khususnya, dalam menjabarkan satu sisi yang penting dalam pelayanan berkualitas guna mencapai posisi yang kompetitif di sektor pariwisata, terutama bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama, dengan menggunakan pola komunikasi yang dilakukan melalui suatu kegiatan sebagai alat dalam meningkatkan kreativitas dan mengembangkan ilmu para anggota sebuah organisasi.

c. Kegunaan Bagi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung

Penelitian ini diharapkan pula bagi organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung sebagai bahan referensi, informasi, perkembangan, perbandingan, atau evaluasi tentang Pola Komunikasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung Dalam Meningkatkan Kreatifitas Anggotanya, sehingga organisasi Perkumpulan *Tour Leader* Bandung dapat melakukan kegiatan pariwisatanya yang lebih baik.