

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan studi pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti. Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar, untuk mengembangkan “Peranan Anggota Kelompok Sadar Wisata Peninggalan Belanda Nyalindung Dalam Pengelolaan Situs Sejarah Di Desa Nyalindung Kabupaten Bandung Barat”. Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang di jadikan sebagai referensi :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Metode yang di Gunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian ini
1	Dimas Tri Anggoro Universitas sebelas maret	Potensi dan Pengembangan Pantai Drini sebagai Obyek Wisata Andalan di Kabupaten Gunungkidul	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah bahwasannya objek wisata Pantai Drini mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi objek wisata andalan Kabupaten Gunungkidul. Kawasan Pantai Drini juga memiliki pemandangan alam yang memadai sebagai modal awal untuk pengembangan seperti biota	Perbedaan Penelitian Dimas Tri Anggoro dengan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan, subyek penelitian dan fokus penelitian. Penelitian Dimas menggunakan teori Atraksi, Aksbelitas, Amenitas, Aktivitas (4A), sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teori struktural fungsional dari

				<p>terumbu karang, hamparan pasir putih, rumput laut, dan kejernihan airnya, sehingga kita dapat melihat dengan jelas terumbu karang dan rumput laut</p>	<p>Talcott Parsons. Subyek penelitian dimas terletak di Pantai Drini sedangkan dalam penelitian ini mengambil subyek Kelompok Sadar Wisata, penelitian Dimas Fokus terhadap potensi wisata Pantai drini sedangkan dalam penelitian ini fokus terhadap peranan Kelompok Sadar Wisata.</p>
2	<p>Kartika Widyasmi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa</p>	<p>“Strategi Pengelolaan Pariwisata Bahari di Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak”</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian Kartika membagi menjadi dua yakni analisis <i>Internal</i> dan <i>Eksternal</i>, bahwasannya potensi pariwisata bahari di Kecamatan Bayah,</p>	<p>Perbedaan penelitian Kartika Widyasmi dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian, teori yang digunakan, lokasi penelitian.</p>

				<p>Kabupaten Lebak sangat baik. Keadaan udara yang masih segar, pemandangan yang eksotis, serta penduduk yang ramah, disisi lain sumber daya manusia belum memadai, promosi yang masih sangat kurang, sarana prasarana yang terbatas. Sehingga membuka peluang bagi pihak swasta untuk bekerjasama membangun wisata bahari.</p>	<p>Penelitian Kartika fokus terhadap strategi pengelolaan kawasan wisata sedangkan dalam penelitian ini fokus pada peran kelompok sadar wisata. Dan juga penelitian ini tidak terfokus pada promosi atau strategi, melainkan pengembangan dan pengelolaan situs sejarah dan dapat dibukukan secara resmi.</p>
3	Aditya Farissi Universitas Komputer Indonesia	Strategi Promosi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Jawa Barat Melalui Kegiatan Festival Layang-Layang Tahun 2009 Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Ke Jawa Barat	Kualitatif	<p>Penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat terfokus Strategi Promosi dan memiliki subfokus penelitian yaitu Perencanaan,</p>	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Peneliti terfokus pada Peranan Kelompok Sadar Wisata Peninggalan Belanda Memiliki sub Fokus</p>

				Rancanagn Pesan, dan Pemlihan Media yang digunakan yang nantinya meihat ada apa atau tidaknya Peningkatan Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat	<i>Adaptation Goal attainment, Integration</i> yang nanti melihat ada atau tidaknya peranan pengembangan dan pengelolaan oleh Kelompok Sadar Wisata Peninggalan Belanda
--	--	--	--	--	--

Sumber: Catatan Peneliti 2018

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia itu sendiri. Selain itu komunikasi diartikan pula sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan masalah hubungan atau dapat diartikan bahwa komunikasi adalah saling menukar pikiran.

Dimana Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy, 2011:9).

Jadi, dengan demikian komunikasi itu adalah persamaan pendapat dan untuk kepentingan itu maka orang harus mempengaruhi orang lain dahulu, sebelum orang lain itu berpendapat, bersikap, dan bertindak laku yang sama dengan kita.

Sedangkan Carl I Hovland yang dikutip oleh Mahi M. Hikmat dalam bukunya *Etika & Hukum Pers* menyatakan bahwa komunikasi adalah, "Proses mengubah perilaku orang lain (*communication in the process to modify the behavior of other individuals*).” (Hikmat, 2011:69)

Dengan demikian jelaslah bahwa komunikasi memungkinkan manusia untuk mengemukakan ide-ide atau gagasan, perasaan dan sikap. Selain itu manusia dapat pula mengetahui ide-ide perasaan dan sikap individu lainnya yang akhirnya terdapat pengertian diantara individu-individu.

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*commun*). Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin, yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifat *communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama.

Para ahli mendefinisikan istilah komunikasi menjadi bermacam-macam. Dimana definisi komunikasi tersebut diberikan berdasarkan pandangan mereka masing-masing. Sedangkan pendapat berbeda dikemukakan oleh Roymond S. Ross yang dikutip dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi memberikan definisi mengenai komunikasi yaitu sebagai berikut :

“Komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh sang komunikator”. (Roymond S dalam Rismawaty 2014:69)

Banyak definisi komunikasi yang diungkapkan oleh beberapa ahli seperti yang diungkapkan oleh Shannon dan Weaver,

“Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi. (Shannon dalam Rismawaty 2014:70)

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan pesan kepada orang lain bukan hanya sekedar memberitahu tetapi juga berupaya mempengaruhi orang lain yang dapat merubah perilakunya. Hal ini hanya dapat terjadi apabila komunikator atau orang yang menerima pesan memahami dan mengerti pesan yang disampaikan oleh komunikator sebagai pengirim pesan.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Berangkat dari paradigma Lasswell dalam Onong Uchjana Effendy membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu:

1. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (*kial/ gesture*, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Seperti disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan kata lain , komunikasi adalah proses membuat pesan yang setala bagi komunikator dan komunikan. Prosesnya sebagai berikut, pertama-tama komunikator menyandi (*encode*)

pesan yang akan disampaikan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti komunikator memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian giliran komunikan untuk menterjemahkan (*decode*) pesan dari komunikator. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran dan atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertian. Yang penting dalam proses penyandian (*coding*) adalah komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat menerjemahkan sandi tersebut (terdapat kesamaan makna).

2. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampain pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh ataupun jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi. Pada umumnya kalau kita berbicara dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan diatas. Jarang sekali orang menganngap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai sebagai lambang (*symbol*) beserta isi (*content*) – yakni pikiran dan atau perasaan – yang dibawahnya menjadi totalitas pesan

(*message*), yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lainlainnya. Yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang tak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat, atau telepon, atau televisi, dan sebagainya. (Effendy, 2011 : 11-17)

2.1.2.3 Komponen-Komponen Komunikasi

Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Menurut Laswell dalam Effendy (2011 : 6), lingkup Ilmu Komunikasi berdasarkan komponennya terdiri dari :

1. Komunikator (*communicator*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*media*)
4. Komunikan (*communicant*)
5. Efek (*effect*)

Berdasarkan komponen-komponen tersebut Lasswell menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

1. Komunikator (*communicator*) dan Komunikan (*communicant*)

Komunikator (*communicator*) adalah sumber, pengirim, atau pihak yang mengambil prakarsa untuk berkomunikasi dengan pihak lain. Karena itu komunikator disebut juga pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*. Komunikator yang menetapkan peranan dari seluruh unsur proses komunikasi. Komunikator harus mampu mengembangkan diri sebagai penyebar pesan, memanipulasi pesan, memilih media,

menganalisis audiens agar pesan-pesan dapat mempengaruhi warga masyarakat. Komunikator adalah seseorang atau sekelompok orang atau organisasi/institusi yang menjadi sasaran penerima pesan.

Komunikator dan komunikan juga dikenal dengan istilah sumber-penerima, karena sumber-penerima sebagai satu kesatuan yang tak terpisahkan untuk menegaskan bahwa setiap orang yang terlibat dalam komunikasi adalah sumber (pembicara) selakigus penerima (pendengar). Kita mengirimkan pesan ketika anda berbicara, menulis, memberikan isyarat tubuh, atau tersenyum. Anda menerima pesan dengan mendengarkan, membaca, membaui dan sebagainya.

Tetapi ketika kita mengirim pesan kita juga menerima pesan. Kita menerima pesan kita sendiri (kita mendengar diri sendiri, merasakan gerak tubuh sendiri, dan melihat banyak isyarat tubuh kita sendiri) dan kita menerima pesan dari orang lain secara visual, melalui pendengaran atau bahkan melalui rabaan dan penciuman. Ketika kita berbicara dengan orang lain, kita memandangnya untuk mendapatkan tanggapan untuk mendapatkan dukungan, pengertian, simpati, persetujuan dan sebagainya. Ketika kita menyerap isyarat-isyarat nonverbal ini, kita menjalankan fungsi penerima.

2. Pesan (*message*)

Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (*the content*) dan lambang (*symbol*). Lambang dalam media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. (Effendy, 2011 : 12)

Bahasa adalah lambang yang paling banyak dipergunakan, namun tidak semua orang pandai berkata-kata secara tepat yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaannya. Kial (*gesture*) memang dapat menerjemahkan pikiran seseorang sehingga terekspresi secara fisik namun gerakan tubuh hanya dapat menyampaikan pesan yang terbatas. Isyarat dengan menggunakan alat seperti tongtong, bedug, sirine dan lain-lain serta warna yang mempunyai makna tertentu, kedua lambang itu sama-sama terbatas dalam mentransmisikan pikiran seseorang pada orang lain.

3. Media (*media*)

Media sering disebut sebagai saluran komunikasi, jarang sekali komunikasi berlangsung melalui satu saluran, kita mungkin menggunakan dua atau tiga saluran secara simultan. Sebagai contoh dalam interaksi tatap muka kita berbicara dan mendengar (saluran suara), tetapi kita juga memberikan isyarat tubuh dan menerima isyarat secara visual (saluran visual). Kita juga memancarkan dan mencium

bau-bauan (saluran *olfaktori*), dan sering kita saling menyentuh itupun komunikasi (saluran *taktil*).

Media juga dapat dilihat dari sudut media tradisional dan modern yang dewasa ini banyak dipergunakan (Effendy, 2011 : 37). Tradisional misalnya kentongan, bedug, pagelaran seni, dan lain-lain sedangkan yang lebih modern misalnya surat, papan pengumuman, telepon, telegram, pamflet, poster, spanduk, surat kabar, majalah, film, televisi, dan internet yang pada umumnya diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetak, visual, audio dan audio-visual.

4. Efek (*effect*)

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas satu atau lebih orang yang terlihat dalam tindak komunikasi. Pada setiap tindak komunikasi selalu ada konsekuensi. Pertama kita mungkin memperoleh pengetahuan atau belajar bagaimana menganalisis, melakukan sintesis atau mengevaluasi sesuatu, ini adalah efek intelektual atau kognitif.

2.1.2.4 Sifat Komunikasi

Sifat komunikasi ada beberapa macam, yaitu :

1. Tatap muka (*face-to-face*)
2. Bermedia (*Mediated*)
3. Verbal (*Verbal*)
 - Lisan (*Oral*)
 - Tulisan
4. Non verbal (*Non-verbal*)
 - Gerakan/ isyarat badaniah (*Gestural*)
 - Bergambar (*Pictorial*). (Effendy, 2011:7)

Dalam penyampaian pesan, seorang komunikator (pengirim) dituntut untuk memiliki kemampuan dan sarana agar mendapat umpan balik (*feedback*) dari komunikan (penerima), sehingga maksud dari pesan tersebut dapat dipenuhi dengan baik dan berjalan efektif. Komunikasi dengan tatap muka (*face-to-face*) dilakukan antara komunikator dengan komunikan secara langsung, tanpa menggunakan media apapun kecuali bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, dengan menggunakan media sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesannya.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan non verbal. Verbal di bagi ke dalam dua macam yaitu lisan (*oral*) dan tulisan (*written/printed*). Sementara non verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gesturual*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan sebagainya, dan menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

2.1.2.5 Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy (2011:31) menyimpulkan bahwa fungsi-fungsi komunikasi dan komunikasi massa dapat disederhanakan menjadi empat fungsi, yaitu:

1. Menyampaikan Informasi (*to inform*)
2. Mendidik (*to educate*)
3. Menghibur (*to entertain*)
4. Mempengaruhi (*to influence*)
(Effendy, 2011:31)

Dan dapat diuraikan sebagai berikut pengertian tentang fungsi komunikasi:

1. Menginformasikan (*to inform*)

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*to educate*)

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide atau pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauhnya lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan. (Effendy,2011:36)

Dilihat dari fungsi komunikasi dan keberadaannya di masyarakat, komunikasi tidak dapat dihindari oleh seorang individu karena komunikasi merupakan suatu alat yang harus digunakan untuk dapat digunakan untuk dapat menjalin hubungan dengan orang lain.

2.1.2.6 Tujuan Komunikasi

Dalam menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang kita sampaikan dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain :

- a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
- b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
- c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
- d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau

bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan. (Effendy, 2011 : 18)

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan.

2.1.3 Tinjauan Tentang Peranan

Berdasarkan kamus besar Bahasa Indonesia, peranan adalah sesuatu yang menjadi bagian atau memegang pimpinan terutama dalam terjadinya suatu halangan atau peristiwa. Menurut Soejono Soekanto dalam buku yang berjudul sosiologi suatu pengantar (2012:212), menjelaskan pengertian peranan merupakan aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan, keduanya dapat dipisah-pisahkan karena yang satu tergantung pada yang lain dan sebaliknya. Tak ada peranan tanpa kedudukan atau kedudukan tanpa peranan sebagaimana dengan kedudukan, peranan juga mempunyai dua arti setiap orang mempunyai macam-macam peranan yang berasal dari pola-pola pergaulan hidupnya.

Hal itu sekaligus berarti bahwa peranan menentukan apa yang diperbuatannya bagi masyarakat serta kesempatan-kesempatan apa yang diberikan oleh masyarakat kepadanya. Peranan adalah suatu rangkaian perilaku yang teratur, yang ditimbulkan karena suatu jabatan tertentu, atau karena adanya suatu kantor

yang mudah dikenal. Kepribadian seseorang barang kali juga amat mempengaruhi bagaimana peranan harus dijalankan. Peranan timbul karena seseorang memahami bahwa ia bekerja tidak sendirian. Mempunyai lingkungan, yang setiap saat diperlukan untuk berinteraksi. Lingkungan itu luas dan beraneka macam, dan masing-masing mempunyai lingkungan yang berlainan. Tetapi peranan yang harus dimainkan pada hakekatnya tidak ada perbedaan.

Menurut Soejono Soekanto (2012:213) peranan mencakup dalam tiga hal

yaitu :

1. Peranan meliputi norma-norma yang berhubungan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan masyarakat.

Norma-norma tersebut secara sosial dikenal ada empat meliputi:

- a) Cara (*Usage*); lebih menonjol di dalam hubungan antar individu dalam masyarakat. Suatu penyimpangan terhadapnya tak akan mengakibatkan hukuman yang berat, akan tetapi hanya sekedar celaan dari individu yang dihubungkannya.
- b) Kebiasaan (*folkways*), sebagai perbuatan yang berulang-ulang dalam bentuk yang sama merupakan bukti bahwa orang banyak menyukai perbuatan tersebut.
- c) Tata kelakuan (*mores*), merupakan cerminan sifat-sifat yang hidup dari kelompok manusia yang dilaksanakan sebagai alat pengawas, secara sadar maupun tidak sadar, oleh masyarakat terhadap anggota-anggotanya.

d) Adat istiadat (*custom*), merupakan tata kelakuan yang kekal serta kuat integrasinya dengan pola-pola perilaku masyarakat dapat meningkatkan kekuatan mengikatnya menjadi *custom* atau adat istiadat. Soejono Soekanto (2012:174).

2. Peranan merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat. Perilaku individu adalah aktivitas seorang atasan dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian dan pengendalian untuk mengambil keputusan tentang kecocokan antar individu, tugas pekerjaan dan efektivitas. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh ciri atasan dan bawahan yang dipengaruhi oleh perilaku individu.

Ada 4 ciri utama individu, yaitu:

1. Persepsi (*perception*) adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu.
2. Sikap (*attitude*) adalah kesiapsiagaan mental yang diorganisasikan melalui pengalaman yang memiliki pengaruh tertentu terhadap tanggapan seseorang terhadap orang, obyek, dan situasi yang berhubungan dengannya.
3. Kepribadian adalah serangkaian ciri yang relatif mantap, kecenderungan dan perangai yang sebagian besar dibentuk oleh faktor keturunan dan oleh faktor-faktor sosial, kebudayaan dan lingkungan.
4. Belajar adalah proses terjadinya perubahan yang relatif tetap dalam perilaku sebagai akibat dari praktek. Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat

disimpulkan bahwa peranan adalah suatu komplek penghargaan seseorang terhadap cara menentukan sikap dan perbuatan dalam situasi tertentu berdasarkan atas kedudukan sosial tertentu.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2013). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah merapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga. Kumpulan orang-orang yang memiliki kesadaran bersama akan keanggotaan dan saling berinteraksi, kelompok adalah kumpulan orang yang saling berinteraksi, *interdependen* (saling tergantung antara satu dengan yang lainnya), dan berada bersama-sama untuk mencapai tujuan yang sama.

Dalam ilmu sosial apakah itu psikologi, atau sosiologi yang disebut kelompok (grup) bukan sejumlah orang yang berkelompok atau berkerumun bersama-sama disuatu tempat. Apakah sejumlah orang secara bersama-sama disuatu tempat itu kelompok atau bukan, harus dilihat dari situasinya. Untuk memperoleh kejelasan mengenai pengertian kelompok ditinjau dari komunikasi baiklah terlebih dahulu kita klarifikasi kelompok menjadi dua jenis. Komunikasi kelompok besar sebagai kebalikan dari komunikasi kelompok kecil, komunikasi

kelompok besar (*large/marco group communication*) adalah komunikasi yang prosesnya berlangsung secara linear pesan yang di sampaikan oleh komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditunjukkan kepada afeksi komunikan, kepada hatinya atau pada perasaannya. Contoh untuk komunikasi kelompok besar adalah misalnya rapat raksasa sebuah lapangan. Jika komunikan pada komunikasi kelompok kecil umumnya bersifat homogen (antara lain sekelompok orang yang sama jenis kelaminnya, sama pendidikannya, sama status sosialnya), maka komunikan pada komunikasi kelompok besar umumnya bersifat heterogen mereka terdiri dari individu-individu yang beraneka ragam dalam jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, agama dan lain sebagainya. Proses komunikasi kelompok besar bersifat linear, satu arah dari titik yang satu ke titik yang lain, dari komunikator ke komunikan. Tidak seperti pada komunikasi kelompok kecil yang seperti telah diterangkan tadi berlangsung secara sirkular. Dialogis, bertanya jawab. Dalam pidato di lapangan amat kecil kemungkinannya terjadi dialog antara seorang orator dengan salah seorang dari khalayak massa. (Effendy, 2011 :71-24).

1. Peranan berdasarkan Fungsi para peneliti kelompok yang dinamis mengidentifikasi dua peranan utama dari anggota kelompok yaitu peranan tugas dan peranan pemeliharaan. Peranan tugas berhubungan dengan penyelesaian tujuan yang segera dari kelompok, seperti membuat keputusan, menyelesaikan masalah atau merencanakan suatu proyek. Pemeliharaan berhubungan dengan perasaan anggota kelompok. Kelompok mungkin gagal

memperhitungkan kebutuhan sosio emosional yang sangat halus yang dapat mempersulit interaksi dalam kelompok.

2. Tingkah laku tugas.

- a) Mengambil inisiatif, seperti menentukan apakah masalah yang akan dibahas, menentukan aturan dalam komunikasi kelompok dan mengembangkan ide.
- b) Memberikan dan mencari informasi misalnya bertanya atau memberikan pendapat.
- c) Mencari dan memberikan pendapat seperti bertanya dan memberikan pendapat.
- d) Mengolaborasi dan menjelaskan, seperti memberikan informasi tambahan tentang saran dan ide tertentu
- e) Orientasi dan ringkasan seperti meninjau kembali pokok-pokok penting dalam usaha memberikan pengarahan serta bimbingan dalam diskusi.
- f) Mengecek apakah kelompok sudah siap untuk membuat keputusan.

3. Tingkah laku pemeliharaan

- a) Mengharmonisasikan kelompok seperti menyelesaikan perbedaan dan mengurangi ketegangan komunikasi kelompok, kadang-kadang dengan membuat humor.
- b) Mencari jalan tengah, seperti menawarkan jalan tengah pada isu atau perubahan posisi
- c) Memberikan sokongan dan semangat seperti menghargai, setuju menerima kontribusi yang lain

- d) Menjaga lalu lintas komunikasi seperti, mempermudah interaksi diantara anggota
 - e) Menentukan standar seperti pengecekan kemajuan kelompok, perasaan orang, norma kelompok kesukaran menilai jalannya komunikasi kelompok.
- Dalam kehidupan sehari-hari begitu banyak jenis komunikasi kelompok kecil antara lain rapat (rapat kerja rapat pimpinan, rapat mingguan), kuliah, ceramah, *briefing* penataran, loka karya, diskusi panel, forum, symposium, seminar, konferensi, dan lain sebagainya.

2.1.4.1 Fungsi Komunikasi Kelompok

Keberadaan suatu kelompok dalam masyarakat dicerminkan oleh adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakan oleh suatu kelompok tersebut. Fungsi-fungsi tersebut mencakup fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah dan pembuatan keputusan dan fungsi terapi. Semua fungsi ini dimanfaatkan untuk pembuatan kepentingan masyarakat, kelompok dan para anggota kelompok itu sendiri.

1. Hubungan sosial, dalam arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial diantara para anggotanya seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktifitas yang informal, santai dan menghibur.
2. Pendidikan adalah fungsi kedua dari kelompok, dalam arti bagaimana sebuah kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai

dan mempertukarkan pengetahuan. Melalui fungsi pendidikan ini, kebutuhan-kebutuhan dari para anggota kelompok, kelompok itu sendiri bahkan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi.

3. Fungsi persuasi, seorang anggota kelompok berupaya mempersuasikan anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seseorang yang terlibat usaha-usaha persuasif dalam suatu kelompok, membawa resiko untuk tidak diterima oleh para anggota lainnya. Misalnya, jika usaha-usaha persuasif tersebut terlalu bertentangan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok, maka justru orang yang berusaha memperusasi tersebut akan menciptakan suatu konflik, dengan demikian malah membahayakan kedudukannya dalam kelompok.
4. Fungsi kelompok juga dicerminkan dengan kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan. Pemecahan masalah (*problem solving*) berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya, sedangkan pembuatan keputusan (*decision making*), berhubungan dengan pemilihan materi atau bahkan untuk pembuatan keputusan.
5. Terapi adalah fungsi kelima dari kelompok. Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu untuk mencapai perubahan persoalannya. Tentunya, individu tersebut harus berinteraksi dengan anggota kelompok lainnya guna mendapatkan manfaat, namun usaha utamanya adalah membantu dirinya

sendiri, bukan membantu kelompok mencapai tujuan kelompoknya. Sebagai contoh dari kelompok terapi ini adalah kelompok konsultasi perkawinan, kelompok penderita narkoba, kelompok perokok berat. Tindak komunikasi dalam kelompok-kelompok terapi ini dikenal dengan nama pengungkapan ciri . Artinya dalam suasana yang mendukung setiap anggota dianjurkan untuk berbicara secara terbuka tentang apa yang menjadi permasalahannya. Jika muncul konflik antar anggota dalam diskusi yang dilakukan, orang yang menjadi pemimpin atau yang memberi terapi yang akan menyelesaikannya.

2.1.5 Tinjauan Tentang Kelompok Sadar Wisata

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) merupakan salah satu komponen dalam masyarakat yang memiliki peran dan kontribusi penting dalam pengembangan kepariwisataan di daerahnya. Keberadaan Pokdarwis tersebut perlu terus didukung dan dibina sehingga dapat berperan lebih efektif dalam turut menggerakkan partisipasi masyarakat untuk mewujudkan lingkungan dan suasana yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kegiatan kepariwisataan di sekitar destinasi pariwisata. Penelitian Peranan Kelompok Sadar Wisata ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pedoman dalam rangka pembentukan dan pembinaan Kelompok Sadar Wisata oleh pihak-pihak terkait di daerah. Dalam hal ini Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) atau kelompok penggerak pariwisata sebagai bentuk kelembagaan informal yang dibentuk anggota masyarakat (khususnya yang memiliki kepedulian dalam mengembangkan kepariwisataan di

daerahnya), merupakan salah satu unsur pemangku kepentingan dalam masyarakat yang memiliki keterkaitan dan peran penting dalam mengembangkan dan mewujudkan Sadar Wisata dan Sapta Pesona di daerahnya. Keberadaan Pokdarwis dalam konteks pengembangan destinasi pariwisata telah berperan sebagai salah satu “unsur penggerak” dalam turut mendukung terciptanya lingkungan dan suasana yang kondusif di tingkat lokal di daerahnya, yang secara kolektif akan berdampak positif bagi perkembangan destinasi pariwisata dalam konteks wilayah yang lebih luas. Peran dan kontribusi Pokdarwis tersebut perlu terus didukung dan dikembangkan baik secara kualitas maupun kuantitas dalam turut menopang perkembangan dan pertumbuhan destinasi pariwisata, maupun khususnya peningkatan peran masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan di daerahnya masing-masing. Oleh karena itu Penelitian Pokdarwis diperlukan sebagai panduan bagi pemerintah di tingkat pusat maupun daerah dalam melakukan pembinaan terhadap Pokdarwis maupun memfasilitasi pembentukan Pokdarwis baru. Kelompok Sadar Wisata, selanjutnya disebut dengan Pokdarwis, adalah kelembagaan di tingkat masyarakat yang anggotanya terdiri dari para pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab serta berperan sebagai penggerak dalam mendukung terciptanya iklim kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan serta terwujudnya Sapta Pesona dalam meningkatkan pembangunan daerah melalui kepariwisataan dan memanfaatkannya bagi kesejahteraan masyarakat sekitar. Termasuk dalam kategori Pokdarwis diatas adalah organisasi masyarakat yang disebut Kompepar

(Kelompok Penggerak Pariwisata). Pokdarwis ini merupakan kelompok swadaya dan swakarsa masyarakat yang dalam aktivitas sosialnya berupaya untuk :

- Meningkatkan pemahaman kepariwisataan.
- Meningkatkan peran dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan.
- Meningkatkan nilai manfaat kepariwisataan bagi masyarakat/anggota Pokdarwis.
- Mensukseskan pembangunan kepariwisataan.

Pembangunan kepariwisataan memerlukan dukungan dan keterlibatan seluruh pemangku kepentingan di bidang pariwisata. Masyarakat adalah salah satu unsur penting pemangku kepentingan untuk bersama-sama dengan pemerintah dan kalangan usaha/swasta bersinergi melaksanakan dan mendukung pembangunan kepariwisataan, oleh karena itu pembangunan kepariwisataan harus memperhatikan posisi, potensi dan peran masyarakat baik sebagai subjek atau pelaku maupun penerima manfaat pengembangan, karena dukungan masyarakat turut menentukan keberhasilan jangka panjang pengembangan kepariwisataan. Dukungan masyarakat dapat diperoleh melalui penanaman kesadaran masyarakat akan arti penting pengembangan kepariwisataan, untuk itu dibutuhkan proses dan pengkondisian untuk mewujudkan masyarakat yang sadar wisata. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) merupakan salah satu komponen dalam masyarakat yang memiliki peran dan kontribusi penting dalam pengembangan kepariwisataan di daerahnya. Keberadaan Pokdarwis tersebut perlu terus didukung dan dibina sehingga dapat berperan lebih efektif dalam turut menggerakkan partisipasi

masyarakat untuk mewujudkan lingkungan dan suasana yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kegiatan kepariwisataan di sekitar destinasi pariwisata. Pedoman Kelompok Sadar Wisata (2012:12) menyatakan bahwa Peningkatan peran masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan memerlukan berbagai upaya pemberdayaan, agar masyarakat dapat berperan lebih aktif dan optimal serta sekaligus menerima manfaat positif dari kegiatan pembangunan yang dilaksanakan untuk peningkatan kesejahteraannya.

Pemberdayaan masyarakat dalam konteks pembangunan dan kepariwisataan dapat didefinisikan oleh Rahim Firmansyah dalam buku pedoman Kelompok Sadar Wisata (2012: 4)

“Upaya penguatan dan peningkatan kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan, untuk dapat berpartisipasi dan berperan aktif sebagai subjek atau pelaku maupun sebagai penerima manfaat dalam pengembangan kepariwisataan secara berkelanjutan”

Definisi tersebut menegaskan posisi penting masyarakat dalam kegiatan pembangunan, yaitu masyarakat sebagai subjek atau pelaku pembangunan, dan masyarakat sebagai penerima manfaat pembangunan. Masyarakat sebagai subyek atau pelaku pembangunan, mengandung arti, bahwa masyarakat menjadi pelaku penting yang harus terlibat secara aktif dalam proses perencanaan dan pengembangan kepariwisataan, bersama-sama dengan pemangku kepentingan terkait lainnya baik dari pemerintah maupun swasta. Dalam fungsinya sebagai subjek atau pelaku masyarakat memiliki peran dan tanggung jawab untuk bersama-sama mendorong keberhasilan pengembangan kepariwisataan di wilayahnya. Masyarakat sebagai penerima manfaat, mengandung arti, bahwa

masyarakat diharapkan dapat memperoleh nilai manfaat ekonomi yang berarti dari pengembangan kegiatan kepariwisataan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan sosial masyarakat yang bersangkutan. Dalam kerangka pembangunan kepariwisataan tersebut, salah satu aspek mendasar bagi keberhasilan pembangunan kepariwisataan adalah dapat diciptakannya lingkungan dan suasana kondusif yang mendorong tumbuh dan berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu tempat. Iklim atau lingkungan kondusif tersebut terutama dikaitkan dengan perwujudan Sadar Wisata dan Sapta Pesona yang dikembangkan secara konsisten di kalangan masyarakat yang tinggal di sekitar destinasi pariwisata. Sadar wisata dalam hal ini digambarkan sebagai bentuk kesadaran masyarakat untuk berperan aktif dalam 2 hal berikut, yaitu : Masyarakat menyadari peran dan tanggung jawabnya sebagai tuan rumah yang baik bagi tamu atau wisatawan yang berkunjung untuk mewujudkan lingkungan dan suasana yang kondusif sebagaimana tertuang dalam slogan Sapta Pesona.

Masyarakat menyadari hak dan kebutuhannya untuk menjadi pelaku wisata atau wisatawan untuk melakukan perjalanan ke suatu daerah tujuan wisata, sebagai wujud kebutuhan dasar untuk berekreasi maupun khususnya dalam mengenal dan mencintai tanah air. Sapta pesona, sebagaimana disinggung di atas adalah : Tujuh unsur pesona yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu tempat yang mendorong tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung. Ketujuh unsur Sapta Pesona yang dimaksud di atas adalah Aman, Tertib, Bersih, Sejuk,

Indah, Ramah, Kenangan. Terwujudnya ketujuh unsur Sapta Pesona dalam pengembangan kepariwisataan di daerah akan bermuara pada :

- Meningkatnya minat kunjungan wisatawan ke destinasi.
- Tumbuhnya iklim usaha kepariwisataan yang prospektif.
- Meningkatnya lapangan pekerjaan dan peluang pendapatan,

Serta dampak ekonomi multi ganda pariwisata bagi masyarakat.

Sadar Wisata dan Sapta Pesona sebagai unsur penting dalam mendukung pengembangan destinasi pariwisata tentu tidak dapat terwujud secara otomatis tanpa adanya langkah dan upaya-upaya untuk merintis, menumbuhkan, mengembangkan dan melaksanakan secara konsisten di destinasi pariwisata.

Oleh karena itu, perlu ditumbuhkan peran serta masyarakat secara aktif dalam mengembangkan Sadar Wisata dan Sapta Pesona bersama-sama dengan pemangku kepentingan terkait lainnya. Dalam hal ini Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) atau kelompok penggerak pariwisata sebagai bentuk kelembagaan informal yang dibentuk anggota masyarakat (khususnya yang memiliki kepedulian dalam mengembangkan kepariwisataan di daerahnya), merupakan salah satu unsur pemangku kepentingan dalam masyarakat yang memiliki keterkaitan dan peran penting dalam mengembangkan dan mewujudkan Sadar Wisata dan Sapta Pesona di daerahnya. Kelompok sadar wisata, selanjutnya disebut dengan Pokdarwis, adalah kelembagaan di tingkat masyarakat yang anggotanya terdiri dari para pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab serta berperan sebagai penggerak dalam mendukung terciptanya iklim kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan serta

terwujudnya Sapta Pesona dalam meningkatkan pembangunan daerah melalui kepariwisataan dan memanfaatkannya bagi kesejahteraan masyarakat sekitar. Pokdarwis ini merupakan kelompok swadaya dan swakarsa masyarakat yang dalam aktivitas sosialnya berupaya untuk : Meningkatkan pemahaman kepariwisataan, Meningkatkan peran dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan, Meningkatkan nilai manfaat kepariwisataan bagi masyarakat/anggota Pokdarwis dan mensukseskan pembangunan kepariwisataan.

2.1.6 Tinjauan Tentang Kerangka Pemikiran

Dalam pertanyaan mikro peneliti memasukan kata kunci dimana Aktivitas, Media dan Pesan yang merupakan alur pemikiran yang dibutuhkan sesuai dengan situasi dilapangan.

a) Aktivitas

Aktivitas adalah Menurut Mulyono (2001: 26), Aktivitas artinya “kegiatan atau keaktifan”. Jadi segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non-fisik, merupakan suatu aktivitas. Pengertian lain dari aktivitas adalah segala kegiatan yang dilaksanakan baik secara jasmani atau rohani. Kegiatan adalah suatu peristiwa atau kejadian yang pada umumnya tidak dilakukan secara terus menerus. Penyelenggara keitan itu sendiri bisa merupakan badan, instansi pemerintah, organisasi, orang pribadi, lembaga, dll. Biasanya kegiatan dilaksanakan dengan berbagai alasan tertentu, mulai dari peringatan ulang tahun sebuah organisasi, kampanye sebuah partai politik, atau bahkan sosialisasi sebuah

kebijakan pemerintah. Dalam kamus besar bahasa Indonesia kegiatan adalah aktivitas, usaha, pekerjaan atau kekuatan dan ketangkasan serta kegairahan.

b) Media

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media, ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya. Dalam komunikasi antarpribadi pancaindera dianggap sebagai media komunikasi. Selain indera manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi. (Cangara, 2005:23).

c) Pesan

Pesan dalam proses komunikasi adalah suatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka ataupun melalui media komunikasi lainnya. Isi dari pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*. (Cangara, 2005:23). Pesan dalam proses komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (the content) dan lambang (symbol). Lambang dalam media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. (Effendy, 2011 : 12).

Merupakan persyaratan yang berhubungan dengan interalasi antara para anggota dalam sistem sosial. Supaya sistem sosial itu berfungsi secara efektif suatu sistem sosial harus memiliki ikatan emosional antar subsistem. Adanya ikatan emosional antar subsistem dapat mendukung kesatuan sistem sosial. Ikatan-ikatan emosional tidak hanya tergantung pada keuntungan yang diterima saja, sehingga suatu sistem harus memiliki solidaritas sosial.

Jika suatu saat terjadi gejolak yang menganacam, kelompok masyarakat akan mampu menghadapi karena sudah ada integrasi yang kuat dan memiliki ikatan emosional yang kuat. Tujuan dari kelompok sosial akan lebih mudah dalam mencapai tujuan yang telah di sepakati bersama.

Peningkatan peran masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan memerlukan berbagai upaya pemberdayaan (*empowerment*), agar masyarakat dapat berperan lebih aktif dan optimal serta sekaligus menerima manfaat positif dari kegiatan pembangunan yang dilaksanakan untuk peningkatan kesejahteraannya. Pemberdayaan Masyarakat dalam konteks pembangunan kepariwisataan dapat didefinisikan Rahim Firmansyah dalam buku pedoman Kelompok Sadar Wisata (2012: 4)

“Upaya penguatan dan peningkatan kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan, untuk dapat berpartisipasi dan berperan aktif sebagai subjek atau pelaku maupun sebagai penerima manfaat dalam pengembangan kepariwisataan secara berkelanjutan”.

Definisi tersebut menegaskan posisi penting masyarakat dalam kegiatan pembangunan, yaitu masyarakat sebagai subjek atau pelaku pembangunan; dan masyarakat sebagai penerima manfaat pembangunan. Masyarakat sebagai subyek

atau pelaku pembangunan, mengandung arti, bahwa masyarakat menjadi pelaku penting yang harus terlibat secara aktif dalam proses perencanaan dan pengembangan kepariwisataan, bersama-sama dengan pemangku kepentingan terkait lainnya baik dari pemerintah maupun swasta.

Dalam fungsinya sebagai subjek atau pelaku masyarakat memiliki peran dan tanggung jawab untuk bersama-sama mendorong keberhasilan pengembangan kepariwisataan di wilayahnya. Masyarakat sebagai penerima manfaat, mengandung arti, bahwa masyarakat diharapkan dapat memperoleh nilai manfaat ekonomi yang berarti dari pengembangan kegiatan kepariwisataan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan sosial masyarakat yang bersangkutan. Dalam kerangka pembangunan kepariwisataan tersebut, salah satu aspek mendasar bagi keberhasilan pembangunan kepariwisataan adalah dapat diciptakannya lingkungan dan suasana kondusif yang mendorong tumbuh dan berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu tempat. Iklim atau lingkungan kondusif tersebut terutama dikaitkan dengan perwujudan Sadar Wisata dan Sapta Pesona yang dikembangkan secara konsisten di kalangan masyarakat yang tinggal di sekitar destinasi pariwisata.

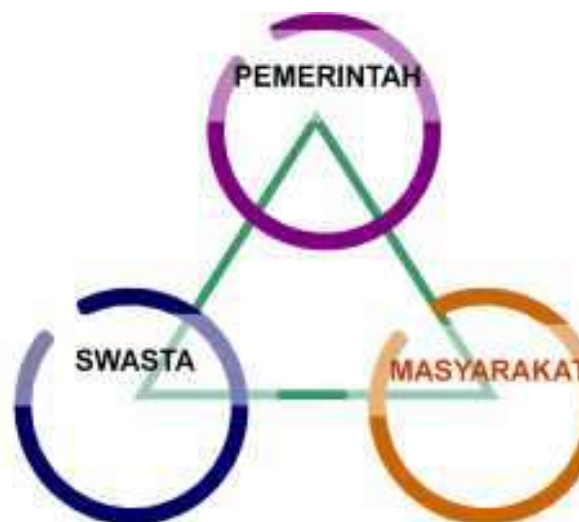
Peran kelompok sadar wisata dalam pengembangan dan pembangunan pariwisata, sejarah peninggalan Belanda kegiatan-kegiatan pembangunan kepariwisataan, sebagaimana halnya pembangunan di sektor lainnya, pada hakekatnya melibatkan peran dari seluruh pemangku kepentingan yang ada dan terkait. Pemangku kepentingan yang dimaksud meliputi 3 (tiga) pihak yaitu :

Pemerintah, Swasta dan Masyarakat, dengan segenap peran dan fungsinya masing – masing.

Masing-masing pemangku kepentingan tersebut tidak dapat berdiri sendiri, namun harus saling bersinergi dan melangkah bersama-sama untuk mencapai dan mewujudkan tujuan dan sasaran pembangunan yang disepakati. Pemangku kepentingan dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata situs sejarah dibawah ini menunjukkan keterkaitan dan sinergi antar pemangku kepentingan dan dalam kegiatan pembangunan kepariwisataan.

Gambar 2.1

Pemangku Kepentingan dalam Pembangunan Pariwisata



Sumber, Rahim Firmansyah, 2012

Jabaran peran dan fungsi masing-masing pemangku kepentingan tersebut secara lebih jelas adalah sebagai berikut :

- 1) Pemerintah sesuai dengan tugas dan kewenangannya menjalankan peran dan fungsinya sebagai fasilitator dan pembuat peraturan (*regulator*) dalam kegiatan pembangunan kepariwisataan.
- 2) Kalangan Swasta (pelaku usaha/ industri pariwisata) dengan sumber daya, modal dan jejaring yang dimilikinya menjalankan peran dan fungsinya sebagai pengembang dan atau pelaksana pembangunan kegiatan kepariwisataan.
- 3) Masyarakat dengan sumber daya yang dimiliki, baik berupa adat, tradisi dan budaya serta kapasitasnya, berperan sebagai tuan rumah (*host*), namun juga sekaligus memiliki kesempatan sebagai pelaku pengembangan kepariwisataan sesuai kemampuan yang dimilikinya.

Uraian tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kedudukan dan peran penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan. Oleh karena itu dalam kerangka kegiatan pembangunan kepariwisataan dan untuk mendukung keberhasilan pembangunan kepariwisataan, maka setiap upaya atau program pembangunan yang dilaksanakan harus memperhatikan posisi, potensi dan peran masyarakat sebagai subjek atau pelaku pengembangan. Dalam kaitan inilah, program pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan merupakan langkah penting yang perlu dilaksanakan secara terarah dan berkesinambungan untuk menyiapkan masyarakat agar semakin memiliki kapasitas dan kemandirian, serta berperan aktif dalam mendukung keberhasilan pembangunan kepariwisataan di

tingkat lokal, regional dan nasional.

Masyarakat sebagai pelaku pembangunan sangat berperan dalam perkembangan kepariwisataan di wilayahnya. Bentuk peran masyarakat dalam pengembangan pariwisata diwujudkan dalam pembentukan kelompok sadar wisata. Kelompok sadar wisata adalah kelembagaan ditingkat masyarakat yang anggotanya terdiri dari para pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab, serta berperan sebagai penggerak berkembangnya kepariwisataan untuk kesejahteraan masyarakat sekitar. Pembentukan kelompok sadar wisata memiliki peranan yang sangat penting dalam mengembangkan potensi pariwisata, menjaga kawasan wisata, dan pemberdayaan masyarakat, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ada di wilayah obyek tersebut.

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini sebagai ranah pemikiran yang mendasari peneliti tersusunlah kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran merupakan pemetaan yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Tentunya kerangka pemikiran memiliki esensi dalam pemaparan hukum atau teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Dengan kerangka pemikiran, memberikan dasar pemikiran bagi peneliti untuk di angkatnya sub fokus penelitian. Kerangka pemikiran teoritis diaplikasikan dalam kerangka pemikiran konseptual sesuai dengan penelitian yang akan dikaji, didalam melakukan penelitian ini tentunya peneliti memiliki dasar dan latar belakang yang digunakan peneliti kemudian dijelaskan dengan menggunakan konsep dan teori yang berkaitan dengan

penelitian ini untuk menjawab masalah penelitian tentang peranan kelompok sadar wisata.

Kelompok sadar wisata peninggalan Belanda memiliki peran keberadaan Pokdarwis dalam konteks pengembangan destinasi pariwisata telah berperan sebagai salah satu “**unsur penggerak**” dalam turut mendukung terciptanya lingkungan dan suasana yang kondusif di tingkat lokal daerahnya, yang secara kolektif akan berdampak positif bagi perkembangan destinasi pariwisata dalam konteks wilayah yang lebih luas. Peran dan kontribusi Pokdarwis tersebut perlu terus didukung dan dikembangkan baik secara kualitas maupun kuantitas dalam turut menopang perkembangan dan pertumbuhan destinasi pariwisata, maupun khususnya peningkatan peran masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan di daerahnya masing-masing.

Pada kerangka pemikiran ini peneliti mendapatkan kata kunci sebagai pertanyaan mikro yang disesuaikan dengan kebutuhan lapangan, untuk melakukan penelitian yaitu Aktivitas, Media dan Pesan.

Maka dari itu peneliti menetapkan fokus penelitian untuk menganalisa fokus penelitian mengenai penjelasan setiap fokusnya adalah sebagai berikut :

1. Aktivitas adalah Menurut Mulyono (2001: 26), Aktivitas artinya “kegiatan atau keaktifan”. Jadi segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non-fisik, merupakan suatu aktivitas. Pengertian lain dari aktivitas adalah segala kegiatan yang dilaksanakan baik secara jasmani atau rohani.

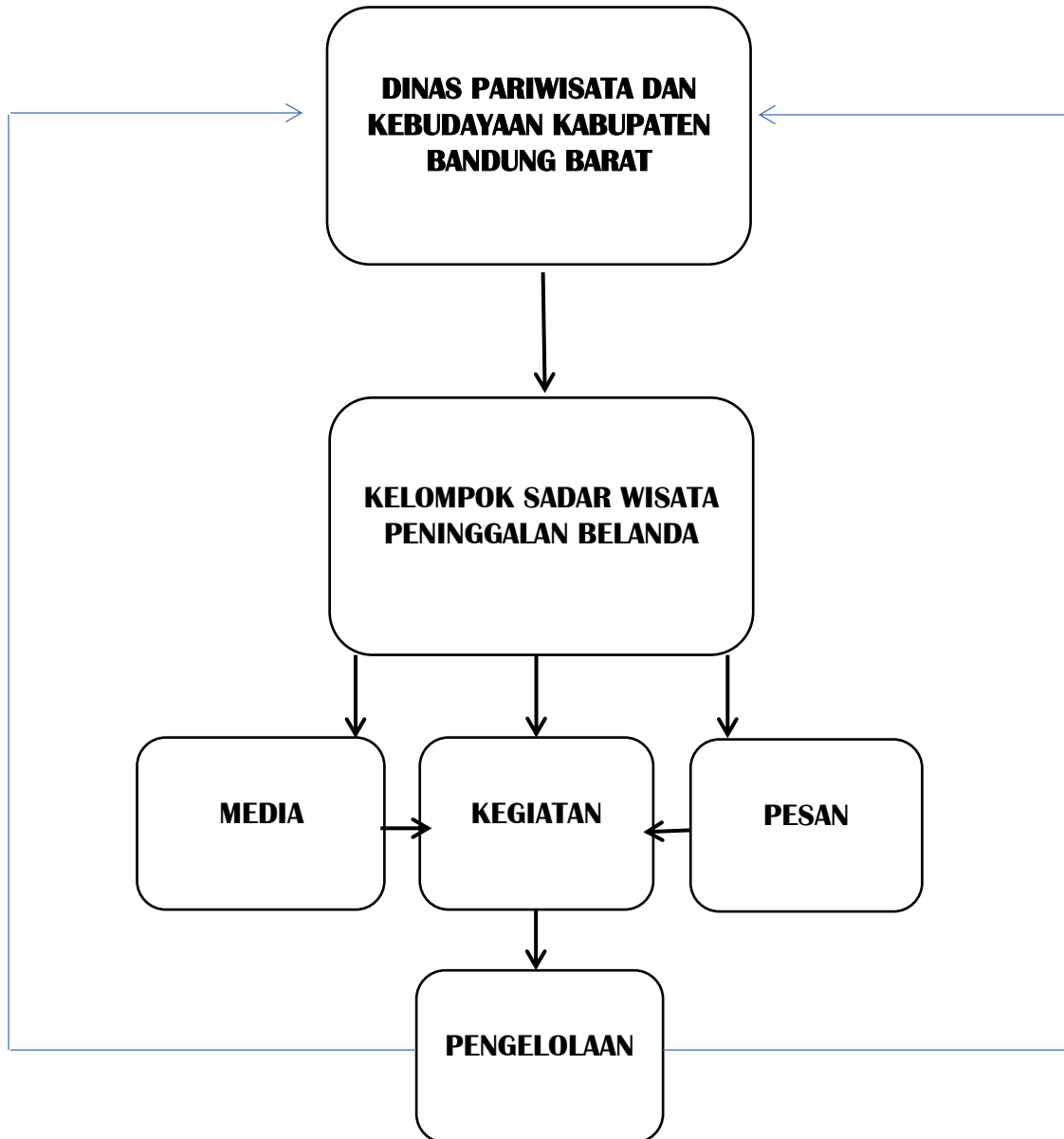
2. Media Menurut Cangara (2005:23), Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media, ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya.

3. Pesan Menurut Cangara (2005:23) , Pesan dalam proses komunikasi adalah suatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka ataupun melalui media komunikasi lainnya. Isi dari pesan bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda.

Peneliti dapat menggambarkan Peranan Kelompok Sadar Wisata sebagai fokus penelitian ini, yang mencakup dalam kajian penelitian ini mengenai “Peranan Kelompok Sadar Wisata Peninggalan Belanda Nyalindung Dalam Pengelolaan Situs Sejarah Nyalindung Kabupaten Bandung Barat”.

Berikut di bawah ini adalah model alur kerangka pemikiran yang peneliti hendak dijelaskan dalam penelitian ini.

Gambar 2.2
ALUR KERANGKA PEMIKIRAN



Sumber, peneliti 2018