Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Pasanggiri Mojang Jajaka adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, serta sebagai duta kebudayaan dan pariwisata. Pasanggiri Mojang Jajaka sebagai usaha meningkatkan kualitas dan apresiasi. Sedangkan kebudayaan dan pariwisata adalah membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan duta kebudayaan dan pariwisata.

Secara etimologis, duta kebudayaan dan pariwisata ialah ”usaha meningkatkan kualitas dan apresiasi”. Pasanggiri mojang jajaka pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada pemuda-pemudi, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sejalan dengan hal tersebut. Karakteristik tersebut dapat menjadi dasar pemberian pasanggiri mojang jajaka terbaik. Pasanggiri mojang jajaka yang diberikan kepada pemuda-pemudi ini dapat berupa duta kebudayaan dan pariwisata. Tujuan pasanggiri mojang jajaka adalah memberikan pasanggiri mojang jajaka yang dapat meningkatkan kualitas dan apresiasi siswa siswi atau pemuda-pemudi serta memberikan fokus pasanggiri mojang jajaka kepada pemuda-pemudi. Pasanggiri mojang jajaka yang diberikan kepada pemuda-pemudi tidak bertujuan mencari bakat, tetapi bagaimana pemuda-pemudi meningkatkan kualitas dan apresisasi yang telah diberikan.

Era persaingan global saat ini serta berbagai macam tantangan persaingan mengharuskan PMJC untuk dapat terus berinovasi dan kreatif dalam menyusun strategi dan memiliki program-program pasanggiri mojang jajaka agar dapat meningkatkan kualitas dan apresiasi. Akumulasi strategi dan program pasanggiri mojang jajaka yang tepat akan menghasilkan identitas PMJC yang lebih baik. Memiliki identitas yang lebih baik harus berorientasi pada pemuda-pemudi, bukan berorientasi kepada Jawa Barat.

Suatu paguyuban sebagai penyalur bakat adalah PMJC, dimana paguyuban milik Kabupaten Cianjur ini telah banyak memberikan kontribusi yang besar dalam meningkatkan kualitas dan apresisasi untuk pemuda-pemudi. Selaku paguyuban milik Kabupaten Cianjur yang menangani masalah kepentingan kebudayaan dan pariwisata di Kabupaten Cianjur, yang meningkatkan kualitas dan apresiasi kepada pemuda-pemudi dalam menyalurkan bakat. Tentunya PMJC mencari bakat seseorang sebagai upaya pasti dalam memberikan *public service* yang maksimal untuk kepentingan dan kemajuan Kabupaten Cianjur dalam hal duta kebudayan dan pariwisata. Pemuda-pemudi sebagai peserta yang seakan merasa “ketergantungan” akan kebutuhan kebudayaan dan pariwisata memang tidak memiliki banyak pilihan dalam pemenuhan kebutuhan kebudayaan dan pariwisata selain PMJC.

Dengan banyaknya paguyuban, maka persaingan makin ketat. Peran PMJC, bukan hanya mencari bakat seseorang kepada perencanaan agar mendapatkan opini dan penangkapan kesan mereka terhadap kebudayaan dan pariwisata. PMJC juga harus bisa membangun kepercayaan perencanaan tentang

kebudayaan dan pariwisata. Maka dari itu pekerjaan PMJC tidak terlepas dari *two way communication* (Komunikasi dua arah)

Dalam menyoal bagaimana PMJC melakukan sosialisasi maka faktor Komunikasi merupakan hal yang paling fundamental dalam membangun bagaimana PMJC mampu untuk bagaimana mensosialisasikan kebudayaan dan pariwisata dengan mengadakan program pencarian bakat Pasanggiri Mojang dan Jajaka di Kabupaten Cianjur. William Albight (dalam buku Siahaan, 1990:3), memberikan definisi komunikasi sebagai : *"The process of transmitting meaningful symbols between individuals"*. Definisi tersebut memberikan implikasi bahwa komunikasi merupakan sebuah proses sosial yang terjadi antara paling sedikit dua orang, dimana seorang mengirimkan sejumlah simbol tertentu kepada orang lain. Komunikasi terjadi bila kedua pihak saling mengolah dengan baik simbol-simbol yang disampaikan. Simbol- simbol tersebut dapat disebut sebagai pesan, proses transmisi dilakukan melalui sejumlah wahana, dan terjadi sejumlah perubahan atau respon terhadap pesan yang disampaikan.

Seperti yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa komunikasi adalah:

> "Proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, himbauan, dan sebagai panduan, yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung, melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku" (Effendy, 1989:60).

Menyadari bahwa mensosialisasikan Kebudayaan dan Pariwisata begitu penting, maka PMJC ikut andil dalam bagian mensosialisasikan Kebudayaan dan Pariwisata tersebut untuk meningkatkan kualitas dan apresiasi dengan menawarkan berbagai program kebudayaan dan pariwisata. Seiring berjalannya waktu dan untuk mengembangkan kebudayaan dan pariwisata suatu paguyuban, maka dibuatlah suatu inovasi demi mempertahankan eksistensi dan juga untuk kemajuan serta pengembangan dalam memberikan kebudayaan dan pariwisata kepada pemuda-pemudi.

Untuk mencapai sasaran dan tercapainya tujuan paguyuban, diperlukan strategi. Menurut William F Lueck-Lawarence R Jauch :

> "Strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan itu dapat di capai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi".

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. (Effendy, 1999:32). Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.

Dengan dibuatnya program yang diadakan oleh PMJC maka diperlukan pula adanya penyebaran informasi mengenai pariwisata dan budaya tersebut, karena pariwisata dan budaya tidak akan ada artinya tanpa adanya suatu sosialisasi, karena sosialisasi merupakan hal terpenting yang harus dilakukan guna

menyampaikan pesan atau informasi kepada publik. Seperti definisi sosialisasi itu sendiri, Sosialisasi (pemasyarakatan) juga mengandung arti penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat (Effendy, 2005 : 27).

Tujuan dari sosialisasi yang dilakukan oleh PMJC bertujuan untuk mengenalkan dan memberitahukan kepada pemuda-pemudi agar pemuda-pemudi dapat mengetahui program Lomba Pencarian Bakat ini. Dimana target dari sosialisasi adalah pemuda-pemudi yang notabene adalah pelajar.

Di mata PMJC pemuda-pemudi adalah segala-segalanya, karena tanpa adanya pemuda-pemudi atau pelajar, mungkin PMJC tidak akan bisa seberhasil seperti sekarang ini, maka dari itu PMJC sangat mementingkan kualitas dan apresiasi terhadap pesertanya. Karena dengan cara memberikan kualitas dan apresiasi yang baik *image* PMJC akan terus menerus berkembang lebih baik di mata pemuda-pemudi.

Sesuai dengan salah satu tujuan dan strategi eksternal dari PMJC, yaitu menciptakan opini publik dan menarik perhatian publik, menciptakan kondisi yang kondusif bagi setiap pelaksanaan sosialisasi tersebut maka paguyuban harus mampu mengoptimalisasi komunikasi dan publikasi paguyuban. PMJC melakukan sosialisasi melalui lomba pencarian bakat, di mana hal tersebut diharapkan oleh pihak paguyuban agar dapat menambah informasi bagi pemuda-pemudi mengenai kebijakan yang dibuat oleh PMJC.

Pada penelitian ini,peneliti ingin menegaskan bahwa Strategi Komunikasi Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur (PMJC) melalui lomba pencarian bakat yang menjadi fokus penelitian karena ini adalah salah satu program terbaru dalam mensosialisasikan yang berada di PMJC.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan rumusan permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu :

a. Rumusan Masalah Makro

Peneliti merumuskan pertanyaan makro yaitu “Bagaimana Strategi Komunikasi Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur dalam mensosialisasikan kebudayaan dan pariwisata melalui lomba pencarian bakat pasanggiri mojang jajaka di Kabupaten Cianjur”?

b. Rumusan Masalah Mikro

Rumusan masalah mikro dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana **Perencanaan** yang dilakukan oleh Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur (PMJC) dalam mensosialisasikan kebudayaan dan pariwisata melalui lomba pencarian bakat pasanggiri mojang jajaka 2013 di Kabupaten Cianjur?
2. Bagaimana **Penyusunan Pesan** yang dilakukan oleh Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur (PMJC) dalam mensosialisasikan kebudayaan dan pariwisata melalui lomba pencarian bakat pasanggiri mojang jajaka 2013 di Kabupaten Cianjur?

3. Bagaimana **Metode Komunikasi** yang dilakukan oleh Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur (PMJC) dalam mensosialisasikan kebudayaan dan pariwisata melalui lomba pencarian bakat pasanggiri mojang jajaka 2013 di Kabupaten Cianjur?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Sebuah penelitian sudah pasti memiliki maksud dan tujuan dilakukannya penelitian tersebut. Dalam hal ini akan di sampaikan maksud dan beberapa tujuan yang dilakukannya penelitian.

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas dan mendeskripsikan mengenai: “strategi komunikasi Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur (PMJC) dalam mensosialisasikan kebudayaan dan pariwisata melalui lomba pencarian bakat pasanggiri mojang jajaka 2013 di Kabupaten Cianjur?” Dari mulai Pelaksanaan kegiatan, pesan apa saja yang disampaikan, sampai dengan strategi komunikasi yang dilakukan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Perencanaan** yang dilakukan oleh Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur (PMJC) dalam mensosialisasikan kebudayaan dan pariwisata melalui lomba pencarian bakat pasanggiri mojang jajaka 2013 di Kabupaten Cianjur.

2. Untuk mengetahui **Penyusunan Pesan** yang dilakukan oleh Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur (PMJC) dalam mensosialisasikan kebudayaan dan pariwisata melalui lomba pencarian bakat pasanggiri mojang jajaka 2013 di Kabupaten Cianjur.
3. Untuk mengetahui **Metode Komunikasi** yang dilakukan oleh Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur (PMJC) dalam mensosialisasikan kebudayaan dan pariwisata melalui lomba pencarian bakat pasanggiri mojang jajaka 2013 di Kabupaten Cianjur.
4. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur dalam mensosialisasikan kebudayaan dan pariwisata melalui lomba pencarian bakat pasanggiri mojang jajaka 2013 di Kabupaten Cianjur.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

a) Sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum mengenai strategi komunikasi.
b) Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai komunikasi organisasi, khususnya dalam strategi komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Peneliti

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan mengenai strategi komunikasi organisasi yang dilakukan

Paguyuban mojang jajaka cianjur disini yaitu Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur sehingga dapat menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti.

b. Universitas

Dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi instansi sebagai masukan dan evaluasi mengenai Strategi Komunikasi Paguyuban Mojang Jajaka Cianjur dalam lomba pencarian bakat pasanggiri mojang jajaka 2013 di Kabupaten Cianjur.

c. Organisasi

Penelitian ini bagi organisasi adalah untuk dapat menambah wawasan dan pengetahuan organisasi dalam bidang komunikasi serta melatih kemampuan berfikir secara sistematis, juga sebagai proses belajar untuk dapat mempertajam daya nalar.