ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DUSUN BAMBU *FAMILY LEISURE PARK* DALAM MEMPROMOSIKAN OBJEK WISATA UNTUK MENARIK MINAT PENGUNJUNG

(Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Humas Dusun Bambu *Family leisure Park* dalam Mempromosikan Objek Wisata untuk Menarik Minat Pengunjung)

Oleh :

Jefri Setiabudi

41813051

Skripsi ini dibawah bimbingan :

Sangra Juliano P., M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana Strategi Komunikasi Humas Dusun Bambu *Family Leisure Park* dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung. Untuk menjawab masalah diatas peneliti menganalisa komunikator, pesan yang disampaikan, tujuan yang dicapai, media yang digunakan dan evaluasi yang dibuat oleh Humas Dusun Bambu *Family Leisure Park.*

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kulitatif dengan studi deskriptif. Proses pemilihan informan menggunakan teknik *snowball sampling.* Selain itu, teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi non partisipan, dokumentasi, dan pencarian data di internet. Teknik analisa data yang digunakan adalah pengumpulan data, penilaian data, interpretasi data, dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian diperoleh bahwa seorang komunikator dinilai sudah memenuhi kriterika komunikator yang baik dalam menjalankan prosedur dilapangan sesuai dengan tugasnya, dan tujuan strategi komunikasi pada promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangatlah penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu upaya pada saat memberikan informasi seputar produk (objek wisata) yang ada di Dusun Bambu *Family Leisure Park.* Keterlibatan komunikator tidak menjadi sesuatu yang murni tunggal namun sama halnya dalam unsur komunikasi tentunya perlu ada komponen-komponen yang lain sebagai pelengkap seperti pesan, komunikator tidak bisa apa-apa tanpa mengungkapkan sesuatu pesan. Pesan dirancang sedemikan rupa sehingga dapat dimengerti dan dipahami makna penyampaiannya. Pesan tersebut disampaikan melalui promosi dan disebarkan melalui media. Evaluasi yang dilakukan oleh Humas Dusun Bambu *Family Leisure Park* biasanya setelah mengetahui jumlah pengunjung mencapai target atau tidak, evaluasi tersebut dilakukan dengan cara mengadakan rapat ataupun diskusi dengan Humas Dusun Bambu *Family Leisure Park.*

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa Komunikator Humas Dusun Bambu *Family Leisure Park* harus bisa memilih media yang digunakan dengan pesan dan tujuan yg tepat.

Saran sebaiknya pada saat promosi jangan terlalu memfokuskan ke satu media tetapi di tambahkan lagi media promosinya agar masyarakat yang tidak menggunakan sosial media juga tahu.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Humas Dusun Bambu, Menarik Minat Pengunjung

ABSTRACT

PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY OF DUSUN BAMBU FAMILY LEISURE PARK IN PROMOTING TOURISM OBJECT TO INTERESTING VISITORS

(Descriptive study of public relations communication strategy of Dusun Bambu Family Leisure Park In Promoting Tourism Object To Interesting Visitors)

By:

Jefri Setiabudi

This research under guidance :

Sangra Juliano P., M.I.Kom

This study aims to determine the extent of Public Relations Communication Strategy Dusun Bambu Family Leisure Park in Promoting Objects To Attract Visitors Interest. To answer the above problem researchers analyzed communicators, messages delivered, objectives achieved, media used and evaluation made by the Public Relations Dusun Bambu Family Leisure Park.

In this study, researchers used qualitative research methods with descriptive study. The process of selecting informants using snowball sampling technique. In addition, data collection techniques with in-depth interviews, non-participant observation, documentation, and search data on the internet. Data analysis techniques used are data collection, data assessment, data interpretation, and draw conclusions. The results obtained that a communicator is considered to meet the criteria of a good communicator in running procedures in the field in accordance with their duties, and the purpose of communication strategies on promotion conducted by the company is very important in determining the success or failure of an effort when providing information about the product (tourist attraction) Which is in Dusun Bambu Family Leisure Park. The involvement of the communicator does not become something purely singular but just as in the communication element there must be other components as complement such as message, communicator can not do anything without expressing a message. The message is designed in such a way that it can be understood and understood the meaning of its delivery. The message is delivered through promotion and disseminated through the media. Evaluation conducted by Public Relations Dusun Bamboo Family Leisure Park usually after knowing the number of visitors reach the target or not, the evaluation is done by holding a meeting or discussion with Public Relations Dusun Bambu Family Leisure Park.

The conclusion of this research is that Public Communicator of Dusun Bambu Family Leisure Park should be able to choose the media used with the right message and purpose.

Suggestions should be at the time of promotion should not be too focused to one media but in add again promotional media for people who do not use social media also know.

Keyword : *Communication Strategy, Public Relations, Visitors Interest*

I. Pendahuluan

Strategi komunikasi adalah satu kegiatan yang tergabung kedalam sebuah perusahaan atau instansi untuk mencapai sebuah tujuan dengan mendapatkan hasil yang maksimal, dimana tujuan dan perencanaan tersebut terbentuk atas dasar kesepakatan bersama. Dan bagaimana strategi komunikasi tersebut dilaksanakan tergantung di dalam perusahaan atau instansi tersebut besar kemungkinan berhasil dari komunikasi itu tergantung dari orang – orang yang terlibat didalamnya. Strategi komunikasi juga mencakup semua elemen komunikasi, mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), sampai dengan pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan dari perusahaan atau instansi itu sendiri. Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditemukan oleh penentuan strategi komunikasi secara efektif banyak ditemukan oleh penentuan strategi komunikasi. Seperti halnya yang diungkapkan oleh seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton (1980) dalam buku Hafied Cangara yang berjudul "Perencanaan & Strategi Komunikasi" menyatakan bahwa :

> "Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerimaan sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal." (Cangara, 2015:64)

Dusun Bambu *Family Leisure Park* merupakan objek wisata yang berdiri seluas 15 hektar dibawah kaki Gunung Burangrang. Dusun Bambu memiliki konsep ekowisata yang menggabungkan antara wisata alam dan restoran, mencoba menjadi *founder* di Provinsi Jawa Barat. Latar belakang berdirinya Dusun Bambu adalah lahan yang ditinggalkan para petani sekitar dalam keadaan yang memperihatinkan. Pada tahun 2008, sekumpulan pengusaha Indonesia berinisiatif untuk memperbaiki ekosistem lahan yang rusak ini dan menjadikannya sebuah surga juga lahan konservasi bambu, Dusun Bambu pun memiliki konsep dengan mengedepankan keindahan alam yang hijau. Proyek Dusun Bambu dimulai dengan melakukan penghijauan melalui penanaman lebih dari 100.000 pohon.

Proyek Dusun Bambu diambil alih oleh alam sekitar pada tahun 2008 - 2011. Pohon- pohon yang kecil pun tumbuh menjadi besar dan Dusun Bambu menjadi hijau kembali. Dibawah arahan arsitek hijau, Oky Kusprianto, bangunan di Dusun Bambu pun dirancang sebegitu rupa, sehingga tidak hanya indah secara estetika tetapi juga memiliki konsep *green*. Tahun 2012 proses konstruksi pun mulai berjalan, kontraktor dan puluhan *landscaper* menciptakan sebuah simponi yang indah antara alam dan arsitektur. Setelah sekian lama, penantian pun berakhir. Dusun Bambu membuka pintu pertama kali pada tanggal 16 Januari 2014, dihadiri berbagai pemuka masyarakat, pengusaha, serta masyarakat lokal.

Berbagai macam tempat wisata yang ada seperti wisata alam, sejarah (museum), wahana permainan, kuliner hingga wisata belanja, Dusun Bambu hadir menambah salah satu destinasi tempat wisata di Provinsi Jawa Barat. Tempat wisata merupakan tempat yang dapat dijadikan salah satu pilihan untuk berlibur atau menghabiskan waktu bersama keluarga. Disela rutinitas pekerjaan yang padat, waktu liburan perlu digunakan untuk menghilangkan rasa jenuh. Pengunjung sebuah tempat wisata mengingikan lokasi wisata yang menyediakan berbagai macam kebutuhan pengunjung seperti kebutuhan makanan, rekreasi, tempat bermain, bahkan untuk belajar bagi anak-anak. Dusun Bambu merupakan objek wisata yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan tersebut.

> Dusun Bambu menerapkan konsep wisata alam yang dikemas dengan menarik. Dengan menggabungka unsur

tradisonal (bangunan yang menggunakan interior bambu dan bentuk yang sederhana) dan unsur alam yang masih sangat kental dengan sajian pemandangan khas dataran tinggi, juga ditambah nuansa danau buatan membuat pengunjung seakan merasa bersatu dengan alam. Dusun bambu yang didirikan pada tanggal 16 Januari 2014 ini, juga menawarkan konsep wisata alam yang dikemas dengan unsur edukasi.

Salah satu faktor penting mengapa Dusun Bambu mampu meraup pasar yang besar adalah strategi komunikasi yang dilakukan. Salah satu strategi komunikasi yang dilakukan bagian humas untuk menawarkan objek wisatanya adalah dengan cara melakukan promosi. Promosi sangat penting bagi Dusun Bambu untuk menawarkan objek wisatanya yang baru berdiri ini dengan melakukan strategi komunikasi melalui promosi demi menarik minat pengunjung.

Hal ini menjadi faktor kunci bagi suksesnya sebuah bisnis di tengah persaingan yang ada. Pengelola wisata harus mampu mengelola strategi komunikasi dalam upaya meningkatkan target jumlah wisatawan. Salah satu aspek yang penting dalam strategi komunikasi pemasaran adalah promosi. Keberhasilan suatu obyek wisata dalam meningkatkan jumlah wisatawan secara kontinyu tidak terlepas dari strategi promosi yang dilakukan pengelola objek wisata tersebut.

Pemilihan Dusun Bambu sebagai obyek penelitian kali ini, didasarkan pada kesuksesan brand tersebut dalam memasarkan produk dan jasanya melalui media sosial, yang tergolong masih baru namun telah mampu menarik wisatawan dengan jumlah yang cukup banyak tiap harinya, sehingga bagaimana strategi promosi yang telah dilakukan oleh Dusun Bambu menjadi sangat menarik untuk diteliti bagi peneliti.

Berdasarkan penjelasan penelitian uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Strategi Komunikasi seperti apa yang digunakan oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park dalam upaya mempromosikan objek wisatanya untuk meningkatkan pengunjungnya. Maka peneliti menetapkan judul dari penelitian ini yaitu :

"Strategi Komunikasi Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung".

II. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini, peneliti merinci secara jelas dan tegas fokus rumusan masalah yang masih bersifat umum dengan subfokus – subfokus terpilih, rumusan masalah mikronya adalah :

1. Bagaimana Komunikator yang disampaikan oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung?
2. Bagaimana Tujuan yang ingin dicapai oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung?
3. Bagaimana Pesan yang disampaikan oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung?
4. Bagaimana Evaluasi yang dibuat oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung?

III. Maksud dan Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini pun memiliki dan tujuan yang menjadi bagian dari penelitian

sebagai ranah kedepannya, adapun maksud dan tujuannya sebagai berikut :

Maksud Penelitian

Penelitian dimaksudkan untuk menjelaskan secara mendalam tentang "Strategi Komunikasi Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung".

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Komunikator yang disampaikan Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung.
2. Untuk mengetahui Tujuan yang ingin dicapai oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Untuk Menarik Minat Pengunjung.
3. Untuk mengetahui Pesan yang disampaikan oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung.
4. Untuk mengetahui media yang digunakan oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung.
5. Untuk mengetahui Evaluasi yang dibuat Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung?

IV. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan jadi sumbangan pemikiran yang dapat dijadikan sebagai penelitian selanjutnya, juga bagi pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum, khususnya kajian tentang strategi komunikasi.

Kegunaan Praktis

Selain kegunaan teoritis di atas, dapat dikemukakan pula kegunaan praktis sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan yang baru untuk menambah wawasan peneliti dalam bidang Ilmu Komunikasi dan wawasan bagi peneliti mengenai Strategi Komunikasi dan mengembangkan proses komunikasi yang baik agar mendapatkan suatu hasil yang sesuai pada tujuan, khususnya pada peneliti dimasa yang mendatang dalam lingkungan dunia kerja.

2. Bagi Akademik

Penelitian berguna bagi mahasiswa Unikom secara umum, mahasiswa ilmu komunikasi konsentrasi Humas secara khusus secara literatur terutama pada peneliti yang melakukan penelitian pada kajian yang sama yaitu, Strategi Komunikasi.

3. Bagi Dusun Bambu Family Leisure Park

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat dijadikan bahan masukan dan pemikiran bagi Dusun Bambu Family Leisure Park dalam melakukan strategi promosi yang dilakukan humas sehingga dapat meningkatkan minat pengunjung.

V. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Tentang Komunikasi

Dalam tinjauan pustaka, peneliti menelaah penelitian terdahulu yang menjadi rujukan – rujukan berhubungan dengan informasi penelitian. Penelitian terdahulu ini berupa hasil penelitian yang sudah dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan pembanding, pendukung, dan memberi gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini. Komunikasi menjadi istilah yang begitu sangat penting dikalangan masyarakat. Dari mulai media masa, buku – buku terbitan terbaru,

kelompok diskusi, pelatihan seminar, dan sebagainya berbondong – bondong membahas tentang komunikasi dan bagaimana komunikasi itu digunakan dengan baik dan benar. Pesan – pesan komunikasi yang ditujukan kepada setiap manusia datang dari berbagai macam sumber, baik secara verbal, atau pun non verbal. Karena pada dasarnya komunkasi dibentuk oleh manusia yang telah berkomunikasi selama puluhan ribu tahun, dan sebagian besar waktu jaga manusia dilakukan untuk saling berkomunikasi. Meskipun demikian, ketika manusia dilahirkan ia tidak dengan sendirinya dibekali dengan kemampuan untuk berkomunikasi yan efektif, tapi dipelajari setiap harinya.

Tinjauan Tentang Humas

Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dengan khalayaknya, melibatkan manajemen dalam permasalahan atau persoalan, membantu manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggapan terhadap opini publik, menetapkan dan menegaskan tanggung jawab manajemen dalam melayani kepentingan umum, menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif dalam penerapannya sebagai sistem peringatan secara dini guna membantu mengantisipasi kecenderungan, dan menggunakan penelitian serta teknik-teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama. (Effendy, 1991 : 28)

Public Relations menurut Philip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran (Teguh dan Rusli, 2005:265) Public Relations adalah berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan atau menjaga citra perusahaan atau setiap produknya.

Tinjauan Tentang Minat

Minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan (Kamisa,1997 : 370).

Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap, Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan menuju ke sesuatu yang telah menarik minatnya. (Gunarsa,1995 : 68).

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih (Hurlock, 1995 : 144). Minat terbagi menjadi 3 aspek, yaitu:

1. Aspek Kognitif

Berdasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang pernah dipelajari baik di rumah, sekolah dan masyarakat serta danberbagai jenis media massa.

2. Aspek Afektif

Konsep yang membangun aspek kognitif, minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan minat. Berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting yaitu orang tua, guru dan teman sebaya terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk media massa terhadap kegiatan itu.

3. Aspek Psikomotor

Berjalan dengan lancar tanpa perlu pemikiran lagi, urutannya tepat. Namun kemajuan tetap memungkinkan sehingga keluwesan dan keunggulan meningkat meskipun ini semua berjalan lambat. (Hurlock, 1995 : 117)

VI. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai skema pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian. Penjelasan yang

disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang strategi komunikasi Humas dalam mempromosikan objeknya melalui media instagram untuk meningkatkan minat pengunjung. Dalam upaya meningkatkan minat pengunjung, oleh karena itu di penelitian ini peneliti ingin mengetahui Strategi Komunikasi oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park dalam penyusunan perencanaan, pesan, tujuan, media yang digunakan, pada kegiatan promosi Dusun Bambu Family Leisure Park, sejauh mana masyarakat mengetahui strategi komunikasi tersebut, dimana perencanaan dan pesan penyusunan rencana di Dusun Bambu Family Leisure Park, Proses penyampaian pesan maupun feedback oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park dan pengunjung yang disampaikan melalui media instagram secara langsung. Agar mengetahui objek wisata yang terdapat di Dusun Bambu Family Leisure Park.

Maka peneliti menetapkan sub fokus peneliti untuk menganalisa fokus penelitian mengenai penjelasan setiap sub fokus nya adalah sebagai berikut :

1. Tujuan

Dusun Bambu Family Leisure Park Memiliki tujuan yakni target yang ingin dicapai oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Pada Kegiatan promosi dalam upaya meningkatkan minat pengunjung.

2. Pesan

Proses penyusunan pesan informasi oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park yang disampaikan pada kegiatan promosi dalam upaya meningkatkan minat pengunjung.

3. Media

Media dalam hal ini sangat dibutuhkan apalagi untuk kegiatan promosi, media sangat membatu bagi menarik minat pengunjung Dusun Bambu Family Leisure Park.

4. Evaluasi

Evaluasi dalam pelaksanaan Strategi Komunikasi Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisatanya Melalui Instagram Untuk Meningkatkan Minat Pengunjung merupakan bagian dari humas secara umum, manajemen harus memahami arah organisasi yang diinginkan sebelum mulai melangkah ke arah tersebut. Pada tahap ini, program komunikasi yang sudah dijalankan perlu dievaluasi untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan yang di peroleh. Apakah khalayak sudah menerima dan mengerti isi pesan yang disampaikan, dan apakah ada perubahan perilaku dan sikap yang ada pada khalayak sesuai dengan tujun program.

VII. Metode Penelitian

Desain Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif, dimana peneliti hanya menggambarkan suatu karakteristik objek yang diteliti. Krisyantono dalam bukunya Teknik Praktis Riset Komunikasi menjelaskan bahwa : “Jenis riset ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu, Periset sudah mempunyai konsep dan kerangka konseptual.” (Krisyantono, 2008:67).

Sedangkan metode deskriptif adalah menafsirkan, dan menuturkan data yang ada kemudian dianalisis sebagai mana dikemukakan oleh Jalaludin Rakhmat dalam metode penelitian komunikasi “Metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta dan cermat “. (Rakhmat, 2002:22)

VIII Teknik Penentuan Informan

Moleong pada bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif :

“Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak

pengalaman tentang latar penelitian." (Moleong, 2007: 132).

Snowball sampling adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian sampel ini disuruh memilih teman-temannya untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2001:61). Begitu seterusnya Ibarat bola salju yang menggelinding yang lamalama menjadi besar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang sampel, tetapi karena dengan dua orang sampel ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sampel sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik Snowball untuk menentukan pengumpulan informan, Peneliti menggunakan teknik Snowball Sampling pada pemilihan informan, dimana teknik ini mencakup Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang sampel, tetapi karena dengan dua orang sampel ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data.

IX. Teknik Pengumpulan Data

Studi Pustaka

Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara mempelajari buku – buku, membaca media – media cetak yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan, mencari sumber dari literatur atau referensi lain yang relecan untuk memperoleh konsep atau teori yang diperlukan. Studi pustaka merupakan satu cara mendapatkan sumber dengan cara menemukan sumber tepat dari suatu spesialis tertentu.

Peneliti disini dalam melakukan penelitian tentu tidak terlepas dari adanya pencarian data dengan menggunakan studi kepustakaan. Disini peneliti menggunakan studi pustaka dengan mencari berbagai data sebagai pendukung dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Maka dari itu, dengan adanya studi pustaka yang relevan akan menunjang penelitian ini menjadi baik, karena pemikiran dan pendapat para ahli dapat menunjang dalam menentukan arah pemikiran bagi peneliti. Sehingga studi pustaka ini sangatlah berperan sebagai referensi penelitian bagi peneliti. Penelitian disini dalam melakukan penelitian tentu tidak terlepas dari adanya pencarian data dengan menggunakan studi kepustakaan. Disini peneliti menggunakan studi pustaka dengan mencari berbagai data sebagai pendukung dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu dengan menggunakan :

1. Referensi Buku
2. Internet Searching (Penelusuran Data Online)

Studi Lapangan

Dalam penelitian ini peneliti melakukan studi lapangan untuk memperoleh data yang valid dan faktual yang diharapkan berkenaan dengan penelitian yang diangkat. Adapun studi lapangan tersebut diantaranya yaitu :

1. Wawancara Mendalam (Depth Interview)
2. Observasi Non Partisipan
3. Dokumentasi

X. Uji Keabsahan Data

3.4 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji credibility (validitas interval) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi data, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan membercheck.

Tetapi memilih beberapa saja sesuai kebutuhan dalam penelitian yang dilakukan.

1. Peningkatan Ketekunan Dalam Penelitian. Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan.
2. Triangulasi. Triangulasi Sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
3. Diskusi Dengan Teman Sejawat. Dalam teknik ini peneliti melakukan diskusi dengan beberapa rekan–rekan sejawat atau se-profesi mengenai penelitian yang peneliti lakukan. Salah satunya peneliti melakukan diskusi bersama Lukman Azis dan Ismi Jasmie.

XI. Teknik Analisa Data

Di dalam setiap penelitian, data atau informasi sangatlah dibutuhkan sebagai penunjang dari penelitian tersebut, maka dari itu setelah melakukan pengumpulan data yang beragam seperti yang telah dijelaskan diatas selanjutnya data-data tersebut akan diolah untuk diorganisasikan dan dijelaskan sesuai dengan maksud dan tujuan dari penelitian ini. Sesuai dengan definisi di atas, analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan berdasarkan data yang ada. Data dipilih dan dikelola berdasarkan jenisnya. Pola analisis ditentukan berdasarkan temuan data. Setelah dipelajari, maka hasil analisis tersebut disimpulkan. Kesimpulan analisis tersebut merupakan informasi yang dapat disampaikan kepada orang lain. bahwa analisa data dalam penelitian deskriptif mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data
2. Penilaian data
3. Interpretasi data
4. Menarik kesimpulan

XII. Hasil Penelitian

1. Tujuan Strategi Komunikasi Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung

Penentuan tujuan merupakan langkah awal dalam membuat perencanaan sehingga dalam pelaksanaannya nanti terarah sesuai dengan tujuan dan hasil yang ingin dicapai. namun demikian, perusahaan/organisasi yang salah kaprah dalam menentukan tujuan, dengan cara membuat beberapa tujuan dalam sebuah perencanaan. Dalam dunia usaha terutama sebuah perusahaan, hal ini dapat dibentuk salah satunya melalui promosi sebagai bentuk penyebaran informasi di sebuah perusahaan. Berbagai strategi komunikasi perlu dijalankan sebagai cara untuk membangun suatu perusahaan. Tujuan Strategi Komunikasi pada promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangatlah penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu upaya pada saat memberikan informasi seputar produk (objek wisata) yang ada di Dusun Bambu Family Leisure Park, agar informasi perusahaan dapat diketahui masyarakat luas dan juga stakeholder dan juga diharapkan oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park salah satunya adalah melalui promosi agar informasi yang uptodate bisa diterima oleh masyarakat umum mengenai Dusun Bambu Family Leisure Park dengan cara yang mudah, efektif, dan efisien.

2. Penyampaian Pesan Komunikasi Humas Dusun Bambu Family Leisure Park Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung

Keterlibatan komunikator tidak menjadi sesuatu yang murni tunggal namun sama halnya dalam unsur komunikasi tentunya perlu ada komponen-komponen yang lain sebagai pelengkap seperti pesan, komunikator tidak bisa apa-apa tanpa mengungkapkan sesuatu pesan. Pesan dirancang sedemikan rupa sehingga dapat dimengerti dan dipahami makna penyampaiannya.

Berdasarkan pesan yang akan dibentuk dalam promosi ini peneliti melihat beberapa teknik bersamaan dengan bentuk pesan yang dirancang dan direncanakan komunikator melakukan pengemasan pesan yang sangat baik.

Tujuan pesan sendiri sudah sangat jelas dibuat dengan matang dan tertuju sesuai dengan rencana nya, sehingga mereka saat nantinya menyampaiakan tidak akan ada rasa ragu dan dijelaskan dengan sangat baik sehingga peserta menangkap makna-makna nya sesuai dari yang peneliti lihat dilapangan dan melakukan wawancara kepada pengunjung mereka cenderung memahami dan merasakan apa yang ada di Dusun Bambu Family Leisure Park dan sesuai dengan apa yang mereka inginkan saat mengunjungi Dusun Bambu Family Leisure Park ini tentu nya menjadikan apa yang direncanakan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pihak *Humas Dusun Bambu Family Leisure Park.*

3. Media Komunikasi Humas Dusun Bambu *Family Leisure Park* Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung

Bentuk media jamak dari medium medium komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja dipilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi. menurut Cangara, (2014a:28).

Dalam hal ini tentunya menjadi pertanyaan siapakah yang memang berwenang dalam memilih media-media yang digunakan tersebut, secara jelas kembali pada komunikator bahwa Promosi tidak mengatur pemakaian media tetapi komunikator yang menentukan media untuk sesuai mempromosikan objek wisata untuk menarik minat pengunjung. Namun pada dasarnya Humas Dusun Bambu Family Leisure Park sudah memahami dengan baik bagaimana penggunaan media dengan benar semestinya sehingga mengetahui memanfaatkan media yang dilakukan oleh komunikator.

4. Evaluasi Komunikasi Humas Dusun Bambu *Family Leisure Park* Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung

Evaluasi merupakan salah satu kegiatan utama yang harus dilakukan oleh seseorang dalam suatu kegiatan, dengan penilaian, seseorang maka akan mengetahui perkembangan hasil dari suatu kegiatan tesebut. Evaluasi promosi ini dapat memberikan manfaat kedepannya bagi para pengunjung karena mereka dapat mengetahui seberapa besarkah suatu promosi yang telah dicapai selama mengunjungi Dusun Bambu Family Leisure Park dan juga pada kondisi seperti apakah yang membuat pengunjung tersebut mendapatkan kepuasan dari promosi itu maka akan memberikan dampak suatu peningkatan bagi Dusun Bambu Family Leisure Park itu sendiri khusunya Humas Dusun Bambu Family Leisure Park dan apabila hasil yang

dicapai tidak memuaskan maka pihak dari Humas Dusun Bambu Family Leisure Park akan berusaha untuk memperbaiki kinerja mereka, namun demikian sangat diperlukan pemberian stimulus positif. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai umpan balik untuk membentuk citra yang positif juga bagi Dusun Bambu Family Leisure Park dimata pengunjung itu sendiri merasakan apa yang sudah di promosikan oleh Dusun Bambu Family Leisure Park dan sangat penting sekali dilakukan dalam setiap melakukan promosi yaitu sebuah evaluasi. Proses pengembangan dan tepatnya satu keberhasilan suatu promosi akan bisa terlihat melalui evaluasi yang dilakukan melalui berbagai macam cara untuk melihat seberapa tepatnya promosi tersebut berjalan dengan lancar dan sesuai target yang diinginkan.

Evaluasi yang dilakukan oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park biasanya setelah mengetahui jumlah pengunjung mencapai target atau tidak, evaluasi tersebut dilakukan dengan cara mengadakan rapat ataupun diskusi dengan Humas Dusun Bambu Family Leisure Park dan setelah rapat ataupun diskusi maka hasil wawancara akan di terapkan pada saat ada promosi selanjutnya.

5. Strategi Komunikasi Humas Dusun Bambu *Family Leisure Park* Dalam Mempromosikan Objek Wisata Untuk Menarik Minat Pengunjung

Berkaitan dengan elemen, secara tidak kasat mata bentuk pelayanan yang dilakukan oleh Humas Dusun Bambu *Family Leisure Park* dirasa membuat nyaman peserta sehingga mereka merasa aman dan nyaman saat liburan di Dusun Bambu.

Pentingnya strategi komunikasi tentu dipaparkan sendiri oleh Effendy bagaimana beliau menjelaskan bahwa berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. (Effendy, 2003: 300).

Berdasarkan ungkapan Effendy tersebut dirasa sangat relevan dengan kenyataan dari kebutuhan komunikasi dalam organisasi saat ini, strategi komunikasi sangat dipentingkan dalam suatu jalinan komunikasi efektif terutama dengan khalayak eksternal, karena bermacamnya karakter dan ketidaktahuan akan audiens menjadi sesuatu yang harus dipecahkan. Peran orang-orang didalam pembentukan strategi sangat diharapkan bisa memberikan kontribusi yang baik dan tepat sasaran sehingga berbicara strategi komunikasi merupakan pembicaraan komunikasi efektif atau tidak.

XIII. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

1. Tujuan yang ingin dicapai oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park pada promosi yang dilakukan oleh perusahaan sangatlah penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu upaya pada saat memberikan informasi seputar produk (objek wisata) yang ada di Dusun Bambu Family Leisure Park, agar informasi perusahaan dapat diketahui masyarakat luas dan juga stakeholder dan juga diharapkan oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park salah satunya adalah melalui promosi agar informasi yang up to date bisa diterima oleh masyarakat umum mengenai Dusun Bambu Family Leisure Park dengan cara yang mudah, efektif, dan efisien.
2. Penyampaian Pesan, Berdasarkan pesan yang akan dibentuk dalam promosi ini peneliti melihat beberapa teknik bersamaan dengan bentuk pesan yang dirancang dan direncanakan komunikator, berdasarkan wawancara mereka terlihat mengetahui alur pesan yang harus disampaikan sehingga nantinya to the point dan tidak berbelit yang mudah diingat, singkat dan menarik. Tujuan pesan

sendiri sudah sangat jelas dibuat dengan matang dan tertuju sesuai dengan rencana.

3. Media yang digunakan oleh Humas Dusun Bambu Famiky Leisure Park dalam promosi memang menggunakan banyak media sepertia baliho, spanduk, banner, media elektronik dan media sosial. Dusun Bambu untuk saat ini sedang melakukan promosi di media sosial seperti facebook, twitter, dan Istagram. Media sosial saat ini sangat diminati oleh kalagan dewasa sehingga dusun bambu lebih banyak melakukan promosi melalui media sosial, tidak hanya kalangan dewasa tetapi anak yang masih duduk di sekolah dasar saja sudah ada yang menggunakan sosial media. Penentuan pemilihan media di tentukan oleh pihak Humas Dusun Bambu Family Leisure Park..

4. Evaluasi yang dilakukan oleh Humas Dusun Bambu Family Leisure Park sangat diperlukan untuk mengetahui sampai sejauh mana keberhasilan yang diperoleh. Evaluasi ini di lakukan untuk mengetahui sejauhmana masyarakat telah menerima pesan yang disampaikan humas dusun bambu melalui media atau tidak, atau ada hal-hal yang baru dan menarik yang ditemui di lapangan yang tidak pernah diantisipasi sebelumnya. evaluasi dilakukan tahapan – tahapan yang doleh humas dusun bambu. Oleh karena itu tentunya pelaksanaan evaluasi harus dilaksanakan secara terencana, apabila sesuai target kegiatan tersebut terus dilakukan dan apabila tidak dilakukan promosi melalui cara dan media lain.

5. Strategi Komunikasi Humas Dusun Bambu Family Leisure Park dalam melakukan promosi menggunakan empat (4) unsur yang yang dapat dijadikan kriteria strategi komunikasi dengan tujuan, pesan, media dan evaluasi. Strategi komunikasi Humas Dusun Bambu Family Leisrure Park ini dilakukan agar pesan dan tujuan yakni menyebarluaskan informasi yang bisa sampai ke seluruh masyarakat, stakeholder, dan khususnya, pengunjung Dusun Bambu Family Leisure Park.

2. Saran

1. Saran Bagi Humas Dusun Bambu Family Leisure Park

1. Sebaiknya pada saat promosi jangan terlalu memfokuskan ke satu media tetapi di tambahkan lagi media promosinya agar masyarakat yang tidak menggunakan sosial media juga tahu.
2. Memantau penyebaran spanduk, pamflet, dan brosur di setiap daerah seluruh masyarakat mendapatkan pesan tersebut.
3. Evaluasi seharusnya lebih sering dilakukan agar pengunjung bisa melibihi target yang di capai.

2. Saran Bagi Peneliti selanjutnya

Peneliti disarankan untuk lebih pro aktif lagi dalam melakukan penelitian khususnya bagi yang melakukan pengamatan, dalam perolehan informasi memanfaatkan segala bentuk kesempatan yang diberikan selama di lapangan, lakukan pendekatan jauh - jauh hari mengingat Humas Dusun Bambu memiliki waktu yang sangat padat.

XIV. Daftar Pustaka

- Effendy, Onong Uchjana. 2015. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hafied, Cangara. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jallaludin. 2002, *Metode Penelitian Komunikasi (dilengkapi contoh analisis statistik),* Bandung, PT Remaja

- Ruslan, Rosady. 2007. Manajemen Public Relations & Media komunikasi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. CV.Alfabeta: Bandung.

Internet

elib.unikom.ac.id diakes tanggal 27 Maret 2017