

**STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM
MEMPROMOSIKAN POTENSI PARIWISATA**
(Studi pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto)

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Sosial Dalam Bidang Ilmu Komunikasi**



Oleh :

**MARDIYAH GALUH PRIYATNO PUTRI
NIM. BO6304068**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2008**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Mardiyah Galuh Priyatno Putri ini telah diperiksa dan disetujui untuk
diujikan

Surabaya, 19 Juni 2008

Pembimbing,


Ali Nurdin, S. Ag., M. Si
NIP. 150 285 019

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Mardiyah Galuh Priyatno Putri ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 25 Juli 2008

Mengesahkan
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah



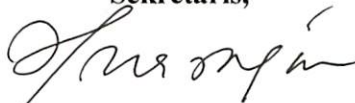
Prof. Dr. Shonhadji, Dip. IS
NIP. 150 194 059

Ketua,



Ali Nurdin, S. Ag., M. Si.
NIP. 150 285 019

Sekretaris,



Husnul Muttaqqien, S. Sos., M.Si.
NIP. 150 378 240

Penguji I,



Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si.
NIP. 150 206 238

Penguji II,



Dr. Aswadi, M. Ag.
NIP. 150 272 920

ABSTRAK

Mardiyah Galuh Priyatno Putri, NIM. B06304068. Strategi Media Relations dalam mempromosikan Potensi Pariwisata (Studi Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto). Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

KATA KUNCI : Strategi Media Relations, Promosi Potensi Pariwisata

Penelitian ini di latar belakang oleh suatu keinginan untuk menggambarkan bagaimana strategi media relations divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata Karena banyaknya obyek - obyek wisata di daerah Mojokerto yang memiliki daya tarik tetapi kurang diminati wisatawan. Selanjutnya permasalahan yang timbul adalah apa saja potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto dan bagaimana strategi media relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata.

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mendeskripsikan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto dan ingin memahami pelaksanaan strategi media relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata.

Penulis memilih Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto sebagai tempat penelitian dikarenakan lembaga tersebut merupakan instansi pemerintah yang bertugas menangani kepariwisataan dan kebudayaan Kabupaten Mojokerto. Tepatnya penelitian dilakukan di Subdin pemasaran dan penyuluhan pariwisata Karena Subdin ini merupakan HUMAS dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto yang bertugas mempromosikan potensi pariwisata.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menguraikan fakta yang ada dilapangan sehingga di dapat informasi yang dibutuhkan. Dari empat orang informan yang bertugas di divisi HUMAS dan bergerak dalam bidang kehumasan didapatkan kesimpulan bahwa potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto ada empat kawasan yaitu kawasan wisata Trowulan, kawasan wisata Trawas, kawasan wisata Pacet, obyek wisata mandiri dan strategi media relations yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mempromosikan potensi pariwisatanya adalah mengelola relasi dengan menerapkan hubungan kemitraan dan mengembangkan strategi dan mengembangkan jaringan, kelebihan dari strategi media relations yang dipilih adalah promosi pariwisata berjalan dengan lancar, hubungan baik dengan media masa yang menjadi mitra dan tujuan serta program - program dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dapat tercapai, kekurangan strategi yang diterapkan adalah dukungan dana dari pemerintah yang masih terbatas.

DAFTAR ISI

	Halaman
Judul	i
Persetujuan Pembimbing	ii
Pengesahan Tim Penguji	iii
Motto dan Persembahan	iv
Abstrak	v
Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Bagan	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konsep	7
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II : KERANGKA TEORITIK	
A. Pengertian dan Proses Hubungan Masyarakat (HUMAS).....	12
1. Tujuan dan Fungsi Hubungan Masyarakat	13
2. Kegiatan Hubungan Masyarakat	15
3. Strategi Media Relations Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata	17
a. Pengertian Media Relations	17
b. Pengertian Promosi	21
c. Potensi Pariwisata	23
B. Kajian Teori	29
1. Teori Belajar Persuasi	29
2. Teori Pemrosesan – Informasi	30
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	31
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Subyek Penelitian	37
C. Jenis dan Sumber Data	38
D. Tahap – tahap Penelitian	40
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Teknik Analisis	43
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	44

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

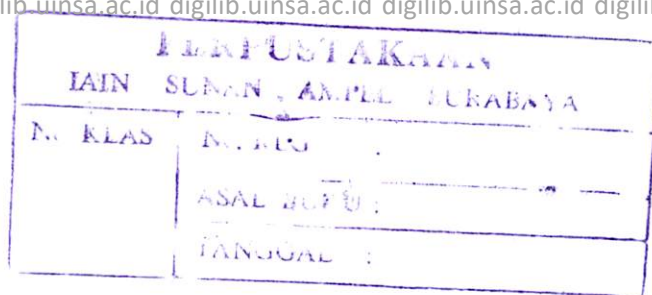
A. Deskripsi Obyek Penelitian	46
1. Sejarah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto	46
2. Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto	47
3. Tujuan Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto	48
4. Program Organisasi Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto	49
5. Kedudukan Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto	50
6. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto	51
B. Deskripsi Hasil Penelitian	53
C. Temuan Penelitian	110
D. Konfirmasi Temuan Penelitian Dengan Teori.....	121

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	127
B. Saran	129

Daftar Pustaka

Lampiran lampiran



DAFTAR BAGAN

Bagan :	Halaman
4.1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang beriklim tropis, terletak pada garis khatulistiwa dan sebagai negara kepulauan yang mempunyai daerah serta pemandangan indah dan kaya akan sumber daya alam yang merata hampir di seluruh propinsinya.

Propinsi Jawa Timur sendiri mempunyai karakteristik daerah yang subur dan indah terdiri dari hamparan pantai, bukit dan gunung. Salah satu daerah di Jawa Timur yang ada daerah pegunungannya adalah kabupaten Mojokerto yang terdapat dua buah gunung yaitu Gunung Penanggungan dan Gunung Anjasmara, di Kabupaten Mojokerto juga terdapat wisata budaya yang berupa peninggalan Kerajaan Majapahit. Adanya potensi tersebut pemerintah daerah dapat memanfaatkannya sebagai sumber pendapatan daerah, dengan mengelola wilayah tersebut menjadi sebuah obyek wisata.

Dengan pengelolaan sarana dan prasarana yang diatur dan dikelola oleh pihak pemerintah daerah serta bekerjasama dengan pihak swasta baik investor maupun dengan bantuan dari media yang bertujuan untuk mengembangkan industri pariwisata, maka akan mampu menyerap pengunjung yang besar serta dapat memberikan kontribusi pendapatan daerah yang tinggi. Kunci utama dari suksesnya sebuah obyek wisata sebagai perusahaan jasa adalah semakin meningkatnya jumlah pengunjung.

Peningkatan jumlah pengunjung tersebut dapat terlaksana apabila di sertai dengan manajemen yang baik khususnya dari segi pemasaran. Kegiatan utama dari pemasaran adalah bertujuan untuk memperkenalkan dan menginformasikan yaitu dengan melakukan promosi. Dengan demikian promosi mempunyai peranan yang sangat penting bagi sebuah industri pariwisata.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto merupakan instansi yang berdiri di bawah pemerintah daerah yang bertugas untuk meningkatkan industri pariwisata di Kabupaten Mojokerto. Maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto juga bertugas mempromosikan potensi pariwisata. Karena pariwisata merupakan sebagai salah satu sector andalan yang mampu menopang kegiatan perekonomian daerah maka sangat diperlukan promosi yang baik.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus mempunyai kemampuan dalam penyebaran dan penyampaian informasi pada internal maupun eksternal untuk mempromosikan potensi pariwisatanya, karena penyampaian penyebaran informasi yang tepat dalam menentukan keberhasilan dalam pengembangan sector pariwisata. Media massa merupakan public eksternal yang menunjang kelancaran promosi suatu obyek pariwisata, maka pemilihan media yang sesuai sangat diperlukan sehingga informasi yang akan disampaikan dapat tepat pada sasaran. Maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus mampu menjadi public relation yang baik yang mampu berkomunikasi dengan media massa.

Media massa menjadi penting bagi kegiatan dan program public relation lantaran media massa memang memiliki kekuatan. Bukan sekedar mampu menyampaikan pesan kepada jutaan khalayak sekaligus, tetapi lebih karena media menjalankan fungsi mendidik, mempengaruhi, menginformasikan dan memiliki potensi mengembangkan kesadaran : mengubah sikap, pendapat dan perilaku mendorong tindakan dan ada juga yang menyebutkan bahwa media massa bisa membantu merumuskan cara memandang dunia.³

Menjalin hubungan dengan media merupakan hal yang sangat penting karena media sangat potensial dalam menginformasikan suatu berita, tak terkecuali tentang keberadaan sebuah obyek wisata. Media dapat menjadi sarana yang baik dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto kepada khalayak yang lebih luas dan cepat.

Dengan mengetahui pentingnya media dalam membantu program dan kegiatan humas maka sangat diperlukan hubungan yang harmonis antara petugas HUMAS dan insane pers yaitu wartawan. Maka hubungan keduanya harus dilandasi rasa saling percaya.

Kelancaran informasi yang disampaikan oleh petugas humas melalui media massa ini memerlukan strategi atau cara yang baik agar informasi yang disampaikan tepat sasaran sehingga tercipta opini publik yang baik atau favorable terhadap potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto.

³Yosal Iriantara, *Media Relations* (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2005) h. 12.

Kata kunci dalam penelitian ini adalah strategi media relations dan promosi potensi pariwisata. Peran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto untuk menjalin kerjasama dengan media dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto.

Pariwisata merupakan prioritas perekonomian suatu daerah karena dengan adanya keberhasilan dalam pengembangan sector pariwisata akan mampu menyumbangkan pendapatan daerah apalagi sejak diberlakukannya otonomi daerah, sector pariwisata juga bias menambah kesempatan kerja dan mengurangi jumlah pengangguran.

Kabupaten Mojokerto memiliki banyak potensi pariwisata yang masih memerlukan publikasi agar lebih dikenal oleh publik. Potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto bisa ditunjukkan dengan adanya wisata budaya yaitu kawasan peninggalan sejarah Kerajaan Majapahit berupa Candi Brahu, Candi Wringin Lawang, Kolam Segaran, Candi Bajang Ratu, Candi Tikus dan juga Museum. Wisata alam berupa hutan raya Cagar dan Trawas didukung dengan air terjun dan pemandian air panasnya, dan juga obyek Wisata Ziarah yaitu Makam Troloyo adalah Makam Syekh Jumadil Kubro sebagai cikal bakal Wali Songo. Semua potensi pariwisata tersebut sangat menarik dan patut dikunjungi. Melihat kenyataan ini tugas penting dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dapat dikenal dengan mengadakan komunikasi yang efektif dan informasi yang disampaikan juga harus jujur dan sesuai dengan fakta.

Persoalan citra juga menjadi penting karena di Kabupaten Mojokerto pernah terjadi bencana alam di Pacet. Wisata Pacet adalah obyek wisata yang menyuguhkan panorama alam, dengan keadaan tanah yang berbukit – bukit dengan udara yang sejuk. Dengan berbagai keunggulan yang ditampilkan oleh Wisata Pacet, mampu membuat kepariwisataan Mojokerto menjadi sangat dikenal. Namun banjir Lumpur bercampur batu yang menimpa kawasan Wana Wisata Pacet, mampu membuat pemerintah Kabupaten Mojokerto kehilangan obyek wisata andalannya. Wana Wisata Pacet yang sempat ditutup selama setahun yaitu pada Tahun 2002, namun pada Tahun 2003 telah dinyatakan dibuka kembali. Sekalipun tidak ada jajak pendapat yang menyimpulkan bahwa rasa percaya masyarakat terhadap potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto menurun, akan tetapi tidak bisa dibantah bila adanya bencana itu akan menurunkan citra pariwisata di Kabupaten Mojokerto.

Dari fenomena tersebut peneliti ingin memahami strategi media relations apa yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah yang sangat beragam dan kaya akan keindahan tetapi tidak begitu dikenal oleh masyarakat luas yang pernah mengalami penurunan citra karena bencana alam.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, adalah :

1. Apa saja potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto ?

2. Bagaimana pelaksanaan strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata melalui media relations ?

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, adalah :

1. Ingin mendeskripsikan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk memahami pelaksanaan strategi media relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mempromosikan potensi pariwisata kabupaten Mojokerto.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penulisan dari penelitian ini, adalah :

a. Manfaat Akademis/Teoritis :

Manfaat akademis/teoritis hasil dari penelitian ini adalah dapat

dijadikan masukan bagi pengembangan ilmu kehumasan terutama mengenai strategi media relations dalam mempromosikan potensi pariwisata.

b. Manfaat Praktis :

Manfaat praktis bagi pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto adalah diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemecahan masalah dan hambatan yang ada

khususnya terhadap strategi media relations dalam mempromosikan potensi pariwisata. Serta bagi peneliti diharapkan sebagai kontribusi bagi peneliti serta bahan evaluasi dan pembelajaran tentang strategi media relations dalam mempromosikan potensi pariwisata.

E. Definisi Konsep

Pada dasarnya konsep merupakan pokok dari penelitian dan suatu konsep sebenarnya definisi singkat dari sejumlah fakta atau gejala yang ada.⁴ Dalam merumuskan suatu hal haruslah dapat dijelaskan yang sesuai dengan maksud pemakaiannya, dan harus ditentukan dengan harapan agar orang lain yang membacanya dapat segera memahami maksudnya yang sesuai dengan maksud penulis dalam menggunakan konsep tersebut.

Karena konsep merupakan suatu kesatuan pengertian tentang suatu hal atau persoalan yang perlu dirumuskan. Oleh karena itu, diperlukan penyederhanaan arti kata agar tidak terjadi kesimpangsiuran pemahaman.

Adapun definisi konsep dalam penelitian ini, adalah :

1. Strategi Media Relations

Strategi berasal dari kata “strategia” yang telah dikenal dan dipakai sekitar 400 tahun sebelum masehi, dengan konotasi pengertian sebagai suatu seni dan pengetahuan tentang pengendalian kekuatan. Menurut *Glueck dan Laurence* “ Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan

⁴Kuncoroningrat, *Metode – Metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta : Gramedia Pustaka utama, 1990), h. 21.

tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.”⁵

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Menurut *Ahmad S. Adnanputra* strategi adalah bagian terpadu dari sesuatu rencana sedangkan rencana adalah produk dari perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari manajemen.⁶

Sedangkan menurut *Yosal Iriantara* strategi merupakan kebijakan untuk mencapai tujuan yang kemudian dijabarkan ke dalam sejumlah taktik untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.⁷

Dari pengertian strategi di atas peneliti mendefinisikan strategi adalah suatu rencana yang dijadikan kebijakan oleh suatu lembaga yang dirancang untuk dapat mencapai tujuannya dan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat.

Menurut *Frank Jefkins* media relations atau hubungan pers adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi HUMAS dalam rangka menciptakan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan.⁸ Untuk itu, pengertian media relations adalah suatu hubungan dengan pers baik dari media cetak maupun media

⁵ Glueck F. William dan Laurence R., *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. (Jakarta : Erlangga, 1996), h. 9.

⁶ Rosadi Roslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. (Bandung : PT. Rosdakarya, 2001), h. 114.

⁷ Yosol Iriantara, *Media Relation*,.....h. 89.

⁸ Nurudin, *Media Relations, Panduan Praktis Praktisi Publik Relation* (Malang : CESPUR, 2004), h. 13.

elektronik untuk mempublikasikan suatu informasi kepada khalayak dari perusahaan atau lembaga yang bersangkutan.

Jadi, pengertian strategi media relations dalam penelitian ini adalah suatu cara atau taktik yang sudah ditetapkan untuk mencapai tujuan kegiatan media relations khususnya yaitu menjalin hubungan atau kerja sama dengan pers atau media, baik media cetak maupun media elektronik untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto sudah mempunyai hubungan dengan media untuk mempromosikan potensi pariwisata yang ada di Mojokerto. Publik Relation pada umumnya yang tentunya diacukan pada tujuan organisasi serta cara Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam mempromosikan potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto melalui media.

2. Mempromosikan Potensi Pariwisata

Menurut *Fandy Tjiptono* promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.⁹ Promosi adalah suatu aktivitas – aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberi informasi, membujuk, atau mengingatkan pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan mengenai barang – barang atau jasa – jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta : ANDI, 1997), h. 221.

Menurut *James Spillance* potensi pariwisata adalah suatu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, alam dan ilmu.¹⁰

Potensi pariwisata adalah kekuatan atau daya tarik yang dimiliki oleh obyek wisata sehingga masyarakat atau public yang mempunyai keinginan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut.

Jadi, pengertian promosi potensi pariwisata dalam penelitian ini adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto untuk menginformasikan dan mempengaruhi publik melalui berbagai macam media massa sebagai perantara dalam memperkenalkan daya tarik yang dimiliki oleh obyek wisata Kabupaten Mojokerto agar masyarakat atau publik mempunyai keinginan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Yang meliputi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Konsep, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : KERANGKA TEORITIK

Yang meliputi Kajian Pustaka yaitu Pengertian dan Proses

¹⁰Oka A. Yoeti, *Pemasaran Pariwisata* (Bandung : ANGKASA, 1985), h. 121.

Hubungan Masyarakat (HUMAS), Strategi Media Relations dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata, Kerangka Teori yaitu Teori Belajar Persuasi, Teori Pemrosesan – Informasi, Penelitian Terdahulu yang Relevan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Yang meliputi Pendekatan dan Jenis Penelitian, Subyek Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Tahap – Tahap Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS DATA

Yang meliputi Deskripsi Obyek Penelitian, Deskripsi Hasil Penelitian, Temuan – Temuan Penelitian tentang Strategi Media Relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Kabupaten Mojokerto, Konfirmasi Temuan Penelitian dengan Teori.

BAB V : PENUTUP

Yang meliputi Kesimpulan dan Saran.

BAB II

KERANGKA TEORITIK

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. PENGERTIAN DAN PROSES HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS)

Menurut Abdurachman Istilah Public Relation dalam pengertian yang sekarang lahir di Amerika Serikat. Thomas Jefferson telah menggunakan istilah ini dalam pesannya yang disampaikan pada kongres ke X dalam Tahun 1807. Tapi yang diinaksud oleh Thomas Jefferson pada waktu itu dengan istilah Public Relation adalah di hubungkan dengan Foreign Relation dari Amerika Serikat.¹¹

Menurut Seidel mengemukakan bahwa Public Relation adalah proses yang kontinu dari usaha - usaha manajemen untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari para pelanggannya, pegawainya dan publik pada umumnya, ke dalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan - perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan - pernyataan.¹²

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Menurut Reck mengemukakan bahwa Public Relations adalah kelanjutan dari proses penerapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan - pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang - orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan goodwill dari mereka.¹³

¹¹Oemi Abdurachman, *Dasar – Dasar Public Relations* (Bandung : PT. Citra aditya Bakti, 2001), h. 14.

¹²Muslimin, *Hubungan Masyarakat dan Konsep Kepribadian* (Malang : UMM Press, 2004), h. 2.

¹³Muslimin, *Hubungan Masyarakat dan Konsep Kepribadian*,.....h. 3.

Menurut Bonham menyatakan bahwa Public Relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau sesuatu organisasi atau badan.¹⁴

Menurut Effendy Public Relations adalah “Sekelompok orang yang mempunyai kaitan kepentingan dengan suatu organisasi”.¹⁵ Karena Publik Relation diterjemahkan sebagai hubungan masyarakat, yakni masyarakat dalam pengertian keseluruhan manusia yang menghuni suatu wilayah.

Dari beberapa pengertian di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa meskipun mereka memberikan pengertian yang berlainan, akan tetapi mereka sependapat bahwa HUMAS (Public Relations) berhubungan dengan publik, HUMAS harus dapat pengertian, kepercayaan, dukungan dan membentuk suatu opini yang baik dari publik.

1. Tujuan dan Fungsi Hubungan Masyarakat, sebagai berikut :

Pada prinsipnya tujuan hubungan masyarakat dalam suatu perusahaan, yaitu :

- a. Memperoleh atau menumbuhkan goodwill (kemauan baik), Under Handing (saling pengertian, simpati, dan dukungan terhadap organisasi yang diwakilinya).
- b. Untuk mengatasi konflik yang timbul antara organisasi dengan publik - publiknya, dilakukan berbagai usaha, antara lain dengan menerapkan

¹⁴ Muslimin, *Hubungan Masyarakat dan Konsep Kepribadian*,.....h. 4.

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), h. 131.

konsep - konsep HUMAS. Intinya adalah mengusahakan adanya komunikasi timbal balik, antara organisasi dengan public - publik yang berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap kelangsungan organisasi, agar public - publik tersebut mendukung organisasi.¹⁶

Hubungan masyarakat sebagai fungsi manajemen menurut Effendy, yaitu :

1) Internal HUMAS (Hubungan ke dalam)

Definisi Internasional Public Relation (IPRA) menyatakan bahwa hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen (Management Function). Ini menunjukkan bahwa hubungan masyarakat bukan alat manajemen yang dapat diadakan, dipindahkan, dan ditiadakan, melainkan fungsi yang melekat menjadi satu dengan manajemen. Dimana ada manajemen di situ ada hubungan masyarakat.

2) Eksternal HUMAS (Hubungan ke Luar)

Hubungan masyarakat ke luar atau External Public pernah disinggung, dilakukan dengan khalayak di luar organisasi. Khalayak mana yang harus menjadi sasaran pembinaan hubungan bergantung pada sifat dan ruang lingkup organisasi itu sendiri.¹⁷

¹⁶Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations dalam Manajemen*,.....h. 53.

¹⁷Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations dalam Manajemen*,.....h. 135.

2. Kegiatan Hubungan Masyarakat, sebagai berikut :

Publik eksternal berhubungan dengan orang - orang di luar perusahaan. Dengan publik eksternal ini harus terus dipelihara dengan baik komunikasi yang terbentuk, karena hubungan ini akan membentuk citra perusahaan di dalam masyarakat. Hubungan ini menurut Effendy, meliputi :

1) Hubungan dengan masyarakat sekitar (Community Relation)

Hubungan dengan masyarakat sekitar senantiasa perlu dipelihara dan dibina karena pada suatu ketika mereka mungkin diperlukan.

2) Hubungan dengan jawatan pemerintah (Government Relation)

Sebuah organisasi kekayaan tidak bisa akan mempunyai hubungan dengan jawatan - jawatan pemerintah seperti kantor kota madya, kantor kecamatan, kantor pajak, dan kantor telepon. Pembinaan hubungan dengan jalan memelihara komunikasi akan banyak membantu lancarnya External Public Relation.

3) Hubungan dengan Pers (Press Relation)

Yang dimaksud dengan Pers disini adalah Pers dalam arti luas, yakni semua media massa. Jadi selain surat kabar, juga majalah, kantor berita, radio siaran, televisi siaran dan lain – lain.¹⁸

Proses HUMAS dapat diklasifikasikan, sebagai berikut :

¹⁸ Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations dalam Manajemen*,.....h. 137.

a) *Fact Finding* (Penelitian)

Pada tahap ini mendapatkan data, kemudian data tersebut diolah sehingga menjadi informasi ini, dipilih, dipisah - pisah dan dikelompokkan untuk mempermudah penggunaannya nanti. Penelitian dalam HUMAS dapat berjenis penelitian opini (Opinion Research) atau penelitian motivasi (Motivation Research).

Penelitian opini adalah kegiatan untuk menyelidiki pendapat yang berbeda-beda mengenai suatu hal atau masalah. Penelitian motivasi sebagai cadang dari penelitian pemasaran (marketing research) merupakan kegiatan mencari, menghimpun dan mengelola data factual mengenai kebutuhan dan keinginan publik.

b) *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan ini dilakukan untuk menghadapi masalah - masalah yang timbul dalam perusahaan. Pada tahap ini yang menentukan keberhasilan pada tahap operasionalisasinya. Rencana dan program yang dituangkan dalam bentuk konsep merupakan tolak ukur kemampuan seseorang kehumasan, sejauh mana cakrawala pemikirannya, dan sejauh mana kelayakannya untuk dioperasikan.

c) *Communicating* (Mengkomunikasikan)

Rencana yang telah disusun berdasarkan fakta maka petugas HUMAS menyebarluaskan informasi. Penyebarluasan informasi bertujuan untuk memperoleh penilaian yang baik, memperoleh citra, kesan ataupun itikad baik dari masyarakat sekitar.

d) *Controlling* (Pengawasan)

Setiap pelaksanaan tugas HUMAS perlu diadakan pengawasan, sekaligus evaluasi kegiatan yang telah dilakukan. Ini bertujuan untuk memperbaiki sesuatu yang selama ini terabaikan. Seperti pemborosan material dan uang yang harus dicegah.¹⁹

3. Strategi Media Relations Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata

a. Pengertian Media Relations

Menurut Anggoro berkenaan dengan tugas tugasnya sebagai public relation, salah satu kemampuan terpenting yang harus dikuasai oleh praktisi PR adalah menjalin hubungan baik dengan kalangan media massa.²⁰ Kegunaan hubungan Pers bergantung pada sejauh mana peranan dan keberadaan media massa itu sendiri serta tingkat penerimaannya oleh masyarakat.

¹⁹Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations dalam Manajemen* (Bandung : CV. Mandar Maju, 2002), h. 100.

²⁰Linggar anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta : Bumi Aksara, 2001), h. 152.

Menurut Frank Jefkins media relations atau hubungan Pers adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan.²¹

a. Bentuk media

Menurut Anggoro media - media HUMAS yang pokok, adalah :

- 1) Media pers
- 2) Audio visual
- 3) Radio
- 4) Televisi
- 5) Pameran
- 6) Bahan – bahan cetakan
- 7) Penerbitan buku khusus
- 8) Surat langsung
- 9) Pesan – pesan lisan
- 10) Pemberian sponsor
- 11) Jurnal organisasi
- 12) Ciri khas (Huse Style) dan identitas perusahaan (Corporate Identity)²²

²¹Nurudin, *Media Relations, Panduan Praktis Praktisi Publik Relation*,.....h. 14.

²²Linggar anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*,..... h. 84 – 86.

b. Prinsip Media Relations

Menurut Anggoro ada sejumlah prinsip umum yang perlu diperhatikan oleh setiap praktisi HUMAS dalam menciptakan dan membina hubungan yang baik. Prinsip - prinsip tersebut adalah sebagai berikut :

1) Memahami dan melayani media

Dengan berbekal semua pengetahuan seorang praktisi HUMAS akan mampu menjalin kerjasama dengan baik dengan pihak media. Ia juga akan dapat menciptakan suatu hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.

2) Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya

Praktisi HUMAS harus senantiasa menyediakan atau memasok materi - materi yang akurat dimana saja dan kapan saja hal itu dibutuhkan. Hanya dengan cara inilah ia akan dinilai sebagai suatu sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya oleh para jurnalis. Bertolak dari kenyataan itu maka komunikasi timbal balik yang saling menguntungkan akan lebih mudah diciptakan dan di pelihara.

3) Menyediakan salinan yang baik

Misalnya saja menyediakan reproduksi foto – foto yang baik, menarik, dan jelas. Dengan adanya teknologi input langsung melalui komputer, penyediaan salinan naskah dan foto - foto yang baik secara cepat menjadi semakin penting.

4) Bekerjasama dalam penyediaan materi

Sebagai contoh petugas HUMAS dan jurnalis dapat bekerjasama dalam mempersiapkan sebuah acara wawancara atau temu pers dengan tokoh - tokoh tertentu.

5) Menyediakan fasilitas verifikasi

Praktisi HUMAS juga perlu memberikan kesempatan kepada jurnalis untuk melakukan verifikasi (membuktikan kebenaran) atas setiap materi yang mereka terima. Contoh kongkritnya, para jurnalis itu diizinkan untuk langsung menengok fasilitas atau kondisi - kondisi organisasi yang hendak diberitakan.

6) Membangun hubungan personal yang kokoh

Suatu hubungan personal yang kokoh dan positif hanya akan tercipta serta terpelihara apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, kerjasama, dan sikap saling menghormati profesi masing - masing.²³

Dari prinsip - prinsip tersebut dapat disimpulkan jika hubungan kerja antara praktisi PR dan wartawan sejalan dengan baik maka praktisi PR dan wartawan saling memerlukan satu sama lain dalam hal informasi dan publikasi. Untuk melengkapi tulisannya wartawan perlu menghubungi praktisi PR sebagai sumber berita sedangkan praktisi PR melakukan hubungan dengan media karena ingin publikasi yang positif oleh media.

²³Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*,..... h. 155.

b. Pengertian Promosi

Menurut Winardi Promosi merupakan aktivitas - aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberi informasi, membujuk, atau mengingatkan pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang - barang serta jasa - jasa yang ditawarkan olehnya.²⁴ Promosi meliputi tindakan mengirimkan pesan - pesan kepada pasar yang menjadi tujuan dan para perantara melalui aneka macam media komunikasi pemasaran, yaitu :

- 1) Pengiklanan
- 2) Penjualan tatap muka
- 3) Bahan - bahan pada titik pembelian
- 4) Pengemasan
- 5) dan media lain seperti misalnya contoh – contoh (sample) serta kupon - kupon

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.²⁵

Promosi dalam penelitian ini adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Mojokerto untuk menginformasikan dan mempengaruhi public melalui berbagai macam

²⁴Winardi, *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)* (Bandung : Mandar Maju, 1989), h. 101.

²⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,..... h. 221.

media massa sebagai perantara, dalam hal ini yang dipromosikan adalah potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto.

Menurut Oka A. Yoeti alat promosi, adalah :

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

a) Advertising

Merupakan suatu cara yang tepat untuk memberitakan hasil produk kepada konsumen yang sama sekali belum mereka kenal. Keuntungan penggunaan iklan ini terutama karena dapat menjangkau banyak orang melalui massa media seperti : surat kabar, majalah, TV, radio, dan bioskop.

b) Sales Support

Merupakan bantuan pada penjual dengan memberikan semua bentuk materi promosi yang direncanakan untuk diberikan kepada khalayak umum atau agen perjalanan yang khusus ditunjuk sebagai perantara. Materi promosi dibuat secara lengkap dan mendetail semua informasi tentang transport, akomodasi, bar, dan restoran, hiburan, atraksi, dan souvenir shop.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Jadi, sales support adalah kegiatan mengadakan kontak pribadi secara langsung atau tidak langsung dengan Customers atau Travel Trade sebagai perantara.

c) Publik Relations

Merupakan suatu bagian atau seksi dalam suatu perusahaan atau organisasi yang tujuannya untuk memperoleh kepercayaan dan

pengertian dari para pelanggannya dan masyarakat pada umumnya²⁶

c. Potensi Pariwisata

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Potensi pariwisata merupakan kekuatan atau daya tarik yang dimiliki oleh obyek wisata sehingga masyarakat atau publik mempunyai keinginan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut.

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata pada hakekatnya adalah semacam urban alik yaitu merupakan perpindahan penduduk dari suatu tempat ke tempat lain akan tetapi tidak untuk menetap melainkan kembali ke tempat asal.

Kata pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu masing – masing kata “ pari ” yang berarti banyak, berkali kali, berputar putar, lengkap, dan “wisata” yang berarti perjalanan, bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

kata “travel” dalam bahasa Inggris.²⁷

Dari pengertian di atas, kata pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali - kali atau berputar - putar dari suatu tempat ke tempat lain.

Menurut Herman V. Schularard memberikan batasan pariwisata, sebagai berikut :

²⁶ Oka A. Yoeti, *Pemasaran Pariwisata*,.....h. 142 - 150.

²⁷ Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Jakarta : Kanisius, 1996), h. 112.

Yang dimaksud kepariwisataan adalah sejumlah kegiatan terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang - orang asing keluar masuk suatu kota, daerah atau negara.²⁸

Sedangkan menurut James J. Spillance memberikan pengertian tentang pariwisata, sebagai berikut :

“Pariwisata merupakan suatu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan hidup dalam dimensi social, budaya alam dan ilmu.”²⁹

b. Jenis - Jenis Pariwisata

a) Menurut letak Geografis

1) *Pariwisata Local*

Pariwisata local memiliki arti yang sempit dan terbatas dalam tempat – tempat tertentu saja. Misalnya :

Pariwisata Surabaya, Bandung, dan lain – lain.

2) *Pariwisata Regional*

Pariwisata regional merupakan pariwisata yang berkembang di suatu tempat yang ruang lingkupnya lebih luas dari pariwisata local.

²⁸Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*,..... h. 115.

²⁹James J. Spillance, *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya* (Jakarta : Kanisius, 1987), h. 21.

3) *Pariwisata Nasional*

Pariwisata dalam arti sempit adalah pariwisata yang berkembang dalam suatu negara yang di titik beratkan bagi warga negara itu sendiri dan orang – orang yang berdomisili di negara tersebut. Pariwisata dalam arti luas adalah kegiatan kepariwisataan yang berkembang dalam suatu negara selain domestik tourism juga dikembangkan foreign tourism yang di dalamnya termasuk tokoh melakukan perjalanan baik perjalanan di dalam maupun di luar negeri.

4) *Regional hall – Internasional Tourism*

Kegiatan kepariwisataan yang berkembang di daerah internasional yang terbatas dan melewati batas – batas dua negara atau tiga negara. Misalnya : ASEAN, Timur Tengah, Eropa, dan lain – lain.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

5) *International Tourism*

Kegiatan pengembangan kepariwisataan yang berkembang di seluruh negara di dunia.

b) Alasan tujuan Perjalanan

1) *Bussines tourism*

Pariwisata yang dikunjungi oleh orang – orang yang untuk ujuan dinas, kongres dan usaha – usaha dagang.

2) *Vocational tourism*

Pariwisata dimana orang – orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang – orang yang sedang berlibur, cuti dan yang lainnya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

3) *Educational tourism*

Wisatawan yang datang untuk melakukan studi atau mempelajari suatu ilmu tertentu yang termasuk kegiatan wisatawan itu adalah darma wisata.

c) Menurut waktu berkunjung

1) Season tourism

Pariwisata yang pengunjungnya datang pada waktu atau musim tertentu, yang termasuk kelompok ini adalah summer tourism, winter tourism, dan lain – lain.

2) Occasional tourism

Pariwisata yang perjalanan wisatanya dihubungkan dengan suatu kejadian tertentu. Misalnya galungan, sekaten, dan lain – lain.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

d) Menurut jenis Obyeknya

1) Wisata alam

2) Wisata budaya atau sejarah

3) Wisata buatan

Potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto terbagi menjadi empat kawasan wisata, yaitu :

(a) Kawasan wisata Trowulan

Merupakan kawasan pusat peninggalan kerajaan Majapahit dengan berbagai situs purbakala dan tempat ziarah berupa makam, antara lain : Candi Wringin Lawang, Candi Brahu, Candi Bajang Ratu, Candi Tikus, Kolam Segaran, Musium Trowulan, Pendopo Agung, Makam Siti Inggil, dan Makam Putri Cempa. Dan ada dua obyek wisata yang berlokasi di Trowulan, yaitu : Sentra Industri Kecil dan obyek wisata religius Makam Syekh Jumadil Kubro (Makam Troloyo).

(b) Kawasan Wisata Trawas

Kawasan wisata yang berlokasi pada lereng gunung Penanggungan. Daerah berupa keindahan alam, pegunungan, lembah Ngarai dan berbagi macam budidaya tanaman dan didukung dengan hotel, villa, restoran, dan pasar. Obyek wisatanya adalah Petirtaan Candi Jalatunda, Air Terjun Dlundung, dan Reco Lanang.

(c) Kawasan Wisata Pacet

Pacet merupakan daerah pegunungan yang sejuk dan panoramanya indah. Juga terdapat hotel, villa, pondok wisata, rumah makan lesehan, tempat pemancingan serta budidaya anggrek, buah – buahan, dan sayuran. Obyek wisata di kawasan ini adalah Wana Wisata Padusan, Air Terjun Coban Cangu, dan Taman Pemandian Ubalan.

(d) Obyek wisata Mandiri

Merupakan obyek wisata buatan yaitu Tirta Cek Dam

Tanjungan dan Api Alam Bekucuk. (Company Profile Dinas
Pariwisata Kabupaten Mojokerto).

Setelah adanya bencana alam yang menimpa pacet sebagai primadona wisata di Kabupaten Mojokerto. Oleh karena itu, Pemerintah Kabupaten Mojokerto akan mengalihkan pengembangan wisata ke kawasan lain. Salah satunya yang dianggap berpotensi adalah kawasan Trowulan yang terkenal dengan situs peninggalan kerajaan Majapahit. Di Trowulan terdapat situs berisi puing – puing peninggalan kerajaan Hindu Majapahit yang saat ini berada di bawah perlindungan Dinas Suaka Peninggalan Sejarah dan Purbakala Jawa Timur.

Di samping itu juga dikembangkan untuk wisata ziarah, budaya, dan alam. Seperti acara haul Syekh Jumadil Kubro di kawasan Makam Islam, Troloyo di Trowulan, Mojokerto. Kompleks makam kuno tersebut di duga telah ada sejak masa kerajaan Majapahit. Di lokasi tersebut terdapat pula 9 nisan yang dipercaya sebagai tanda petilasan wali songo. Selain itu, di kawasan Trowulan terdapat pula banyak makam kuno yang ramai diziarahi, seperti halnya makam Troloyo. Makam Troloyo sendiri, seperti dikatakan Ketua Pengurus Harian Makam Troloyo, Kusman, sejak Tahun 1996 dikelola sendiri oleh pemerintahan desa dan masyarakat sekitar.³⁰

³⁰WWW. Kompas Cyber Media, diakses 19 September 2007

B. KAJIAN TEORI

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teori. Teori yang digunakan dalam penelitian ini, adalah :

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

1. Teori Belajar Persuasi

Persuasi dapat dipandang sebagai sebuah cara belajar. Menurut Weiss (1968) Teori belajar persuasi sejajar dengan model S – R (Stimulus - Respons) yang memandang manusia sebagai suatu entitas pasif dari model S – O – R (Stimulus – Organisme - Respons) memandang belajar persuasif sebagai suatu gabungan produk pesan yang diterima individu dan mengantarai berbagai kekuatan di dalam individu yang bertindak berdasarkan pesan – pesan tersebut agar menghasilkan pesan – pesan persuasif.³¹ Teori ini telah menunjukkan kepada kita bagaimana variable – variable organismik yang mungkin berhubungan dengan stimulus dan respons eksternal, terutama ketika teori – teori memasukkan factor – factor motivasional.

Teori S – R berusaha meramalkan perilaku secara tepat melalui pengetahuan stimulus dan respons yang dapat diamati. Para ahli teori S – O – R menemukan teori ini sebagai keperluan menghipotesiskan adanya kekuatan – kekuatan yang mengantarai organisme, secara langsung dapat dihubungkan dengan stimulus dan respons dari luar sehingga bisa membantu meramalkan perilaku. Menurut Hovland, Janis, dan Kelly (1953) Pada tingkat tertentu teori belajar S – O – R menerima dalil beberapa keadaan motivasi

³¹Dedy Djamaluddin Malik dan Yosol Iriantara, *Komunikasi Persuasif* (Bandung : Remaja Rosdakarya Offset, 1994), h. 15.

Internal yang harus “digerakkan” sehingga persuasi dapat di langungkan.³²

Peneliti menggunakan teori belajar persuasi ini karena teori ini merupakan suatu teori yang mengenai suatu ajakan kepada khalayak dari pesan yang di sampaikan melalui media agar khalayak tersebut mau mengikuti ajakan dari pesan yang telah disampaikan dengan memberikan suatu dorongan, motivasi, dan respons kepada khalayak.

2. Teori Pemrosesan – Informasi

Menurut McGuire (1976) menyebutkan bahwa perubahan sikap terdiri dari enam tahap, antara lain :

- a. Pesan persuasif harus dikomunikasikan
- b. Penerima akan memperhatikan pesan
- c. Penerima akan memahami pesan
- d. Penerima terpengaruh dan yakin dengan argumen – argumen yang disajikan
- e. Tercapai posisi adopsi baru atau ide baru
- f. Terjadi perilaku yang diinginkan³³

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori pemrosesan – informasi karena teori ini merupakan suatu proses komunikasi dalam mencapai tujuan yaitu mendapatkan informasi yang mana informasi atau pesan tersebut dapat merubah sikap dalam menyikapi pesan yang telah

³²Dedy Djameluddin Malik dan Yosol Iriantara, *Komunikasi Persuasif*....., h. 15.

³³Severin dan Tankard, *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan* (Jakarta : Kencana, 2005), h. 204.

disampaikan.

Yakni media merupakan suatu alat komunikasi. Dimana dalam penyiaran melalui suatu media diperlukan suatu proses komunikasi yang diharapkan dapat merubah sikap dari pesan yang telah disampaikan.

Adapun tahapan – tahapan dalam proses komunikasi untuk memperoleh suatu perubahan sikap dari pesan yang telah disampaikan dalam mencapai proses komunikasi atau tujuan komunikasi. Untuk itu, peneliti menggunakan teori ini agar strategi media relations dalam mempromosikan potensi pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto sesuai dengan tahap – tahap teori pemrosesan – informasi.

C. PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN

Peneliti terdahulu yang telah melakukan penelitian pada Dinas Pariwisata bernama Yuliningtyas, Judul skripsi yang di ambil yaitu Rencana Pemasaran Sektor Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pemandian Air Panas Pacet, Lokasi atau tempat penelitian berada di wilayah Desa Padusan Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto, dan penelitian ini dilakukan pada Tahun 2006.

Pemasaran pariwisata merupakan suatu usaha peningkatan kualitas tempat pariwisata kunjungan wisatawan secara berkelanjutan, berlandaskan kemampuan nasional dngan memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pemasaran pariwisata merupakan salah satu upaya pemasaran pariwisata saat ini dan sangat gencar dilaksanakan oleh pemerintah. Di

Indonesia terdapat obyek – obyek wisata yang menarik dikunjungi oleh wisatawan . Pemasaran pariwisata akan membawa dampak terhadap kehidupan masyarakat di sekitarnya. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto merupakan suatu dinas yang bergerak dalam mempromosikan potensi pariwisata.

Dalam pengembangan tempat pariwisata atau obyek wisata yang mempunyai peranan penting adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto serta partisipasi masyarakat yang ada pada daerah tersebut. Apakah siap mendukung usaha – usaha dari pemerintah maupun swasta dalam merespons pengembangan pariwisata guna mencapai tujuan bersama. Dimana obyek wisata yang ada di wilayah Kabupaten Mojokerto kurang dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga obyek wisata tersebut perlu di publikasikan kepada masyarakat agar obyek wisata yang ada akan dikenal oleh masyarakat luas.

Suatu hal yang wajar jika dalam proses pencapaian tujuan selalu terdapat masalah. Dan masalah merupakan suatu hambatan untuk tercapainya suatu yang telah direncanakan sebelumnya, maka untuk itu perlu dilakukan penanganan terhadap masalah yang ada. Begitu pula masalah yang terjadi dalam pengembangan kawasan pariwisata atau obyek wisata pemandian air panas Pacet, yang dalam pelaksanaan pengembangannya mengalami hambatan dimana obyek wisata pemandian air panas Pacet ini telah mengalami bencana alam tanah longsor sehingga upaya pemulihan obyek wisata tersebut membutuhkan dana yang sangat banyak.

Dalam pengembangan tempat pariwisata atau obyek wisata yang mempunyai peranan penting adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto serta partisipasi masyarakat yang ada pada daerah tersebut. Apakah siap mendukung usaha – usaha dari pemerintah maupun swasta dalam merespons pengembangan pariwisata guna mencapai tujuan bersama. Dimana obyek wisata yang ada di wilayah Kabupaten Mojokerto kurang dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga obyek wisata tersebut perlu di publikasikan kepada masyarakat agar obyek wisata yang ada akan dikenal oleh masyarakat luas.

Suatu hal yang wajar jika dalam proses pencapaian tujuan selalu terdapat masalah. Dan masalah merupakan suatu hambatan untuk tercapainya suatu yang telah direncanakan sebelumnya, maka untuk itu perlu dilakukan penanganan terhadap masalah yang ada. Begitu pula masalah yang terjadi dalam pengembangan kawasan pariwisata atau obyek wisata pemandian air panas Pacet, yang dalam pelaksanaan pengembangannya mengalami hambatan dimana obyek wisata pemandian air panas Pacet ini telah mengalami bencana alam tanah longsor sehingga upaya pemulihan obyek wisata tersebut membutuhkan dana yang sangat banyak.

Sehingga permasalahan atau hambatan yang ada salah satunya yaitu karena kurangnya dana dari pemerintah. Oleh karena itu, begitu banyak masalah atau hambatan yang di hadapi. Dan yang paling penting yaitu memulihkan rasa percaya masyarakat agar masyarakat ingin mengunjungi kembali obyek wisata tersebut setelah bencana alam terjadi.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus terus melakukan kegiatan pemasaran untuk mencapai target dan sasaran yang telah diinginkan. Kegiatan – kegiatan pemasaran sector pariwisata dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan. Setelah pasca tragedy bencana alam tanah longsor di kawasan obyek wisata Pacet. Penambahan sarana dan prasarana pariwisata harus dilakukan secara terencana.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus terus melakukan kegiatan pemasaran untuk mencapai target dan sasaran yang telah diinginkan. Kegiatan – kegiatan pemasaran sector pariwisata dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan. Setelah pasca tragedy bencana alam tanah longsor di kawasan obyek wisata Pacet. Penambahan sarana dan prasarana pariwisata harus dilakukan secara terencana.

Sehingga upaya pemasaran sector pariwisata di wilayah Kabupaten Mojokerto dengan menambah sarana dan prasarana serta promosi di wilayah Kabupaten Mojokerto, pemasaran yang cukup akan mengalami peningkatan dalam menarik dan mendatangkan wisatawan.

Untuk penelitian saat ini yaitu divisi HUMAS yang bergerak dalam bidang kehumasan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto tersebut didapatkan kesimpulan bahwa tujuan strategi media relation yang dilakukan divisi HUMAS Kabupaten Mojokerto adalah peningkatan kunjungan wisatawan melalui publikasi oleh media, target strategi media relation dalam promosi potensi pariwisata adalah dikenalnya semua potensi pariwisata di Kabupaten Mojokerto oleh masyarakat luas sehingga sector

pariwisata dapat menyumbang bagi peningkatan PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten Mojokerto.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ciri khas yang membedakan penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya yaitu penelitian saat ini ingin meneliti bagaimana strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada di wilayah Kabupaten Mojokerto secara keseluruhan melalui media agar obyek wisata tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga masyarakat tersebut mempunyai keinginan untuk mengunjungi obyek – obyek wisata yang ada di wilayah Kabupaten Mojokerto. .

Sedangkan penelitian sebelumnya meneliti bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan obyek wisata pemandian air panas Pacet agar masyarakat mau mengunjungi kembali obyek wisata tersebut yang dimana obyek wisata pemandian air panas Pacet telah mengalami bencana alam tanah longsor. Yang mana obyek wisata tersebut memerlukan pemulihan dan promosi yang efektif agar tercipta kembali rasa percaya masyarakat terhadap obyek wisata pemandian air panas Pacet Kabupaten Mojokerto.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ciri khas yang membedakan penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya yaitu penelitian saat ini ingin meneliti bagaimana strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada di wilayah Kabupaten Mojokerto secara keseluruhan melalui media agar obyek

wisata tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga masyarakat tersebut mempunyai keinginan untuk mengunjungi obyek – obyek wisata yang ada di wilayah Kabupaten Mojokerto. .

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Sedangkan penelitian sebelumnya meneliti bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan obyek wisata pemandian air panas Pacet agar masyarakat mau mengunjungi kembali obyek wisata tersebut yang dimana obyek wisata pemandian air panas Pacet telah mengalami bencana alam tanah longsor. Yang mana obyek wisata tersebut memerlukan pemulihan dan promosi yang efektif agar tercipta kembali rasa percaya masyarakat terhadap obyek wisata pemandian air panas Pacet Kabupaten Mojokerto.

Sedangkan persamaan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini mempunyai tujuan yang sama diantaranya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto ingin mempromosikan potensi pariwisata yang ada di Mojokerto agar di kenal oleh masyarakat

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

sehingga masyarakat mempunyai keinginan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Sehingga sector pariwisata dapat menyumbang bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mojokerto.

BAB III

METODE PENELITIAN

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dimana penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metodologi kualitas sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata – kata tertulis dari orang – orang dan perilaku yang diamati.³⁴

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dimana penelitian deskriptif yaitu penelitian yang hanya memaparkan situasi atau peristiwa yang terjadi. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan dan tidak menguji atau membuat prediksi.

Penelitian ini dilakukan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta – fakta serta hubungan antar fenomena yang diteliti dan diamati mengenai masalah yang berkaitan dengan peran media relations dalam mempromosikan potensi pariwisata.

C. Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah orang – orang yang terlibat atau bergerak dalam bidang kehumasan yang melaksanakan strategi media relations, yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam menjalin hubungan dengan media massa baik media cetak maupun

³⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya , 2002), h. 3.

media elektronik.

Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto sebagai tempat penelitian karena lembaga ini merupakan instansi pemerintah yang bertugas menangani kepariwisataan dan kebudayaan di pemerintah Kabupaten Mojokerto.

Adapun batasan operasional dalam penelitian ini meliputi tujuan, target, metode yang digunakan sampai dengan analisa kelemahan dan kekurangan yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto.

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto, Jl. Jayanegara No. 4 Telp. (0321) 322244. Alasan peneliti memilih Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto sebagai tempat penelitian karena lembaga ini merupakan instansi pemerintah yang bertugas menangani kepariwisataan dan kebudayaan di pemerintah Kabupaten Mojokerto.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini, yaitu :

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara atau informasi mengenai strategi atau cara yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto, serta observasi langsung peneliti di lapangan penelitian yakni di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto.

2. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh peneliti dari penjelasan – penjelasan teoritik yang tertuang dalam kepustakaan ilmiah yang berkaitan dengan tema penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini, yaitu :

Orang yang bergerak dalam bidang kehumasan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dengan diseleksi atas dasar criteria yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian dengan menggunakan teknik penetapan jumlah informan menggunakan Teknik Purposive Sampling. Teknik purposive sampling adalah pemilihan sample yang mencakup orang – orang yang diseleksi atas dasar criteria – criteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian.³⁵

Kriteria informan dalam penelitian ini, adalah :

- a. Bagian, individu atau pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto yang bertugas melakukan aktivitas kehumasan.
- b. Orang tersebut berada di jajaran teratas dalam suatu divisi.
- c. Masa kerja minimal 5 tahun.

Orang yang memenuhi kriteria tersebut dianggap berkompeten untuk memberikan data atau informasi kepada peneliti tentang strategi media relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata.

Adapun pihak – pihak yang memenuhi kriteria – kriteria tersebut, antara lain :

³⁵ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Putra Grafika, 2006), h. 1

- 1) Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata : Ir. Bambang Purbantoro, SE, MM. Pendidikan terakhir S – 2 Manajemen, masa kerja 20 Tahun.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- 2) Kaseksi Promosi Wisata : R. Bambang Irawan. Pendidikan terakhir SMA jurusan Sosial Budaya, masa kerja 28 Tahun.

- 3) Kaseksi Pelayanan Informasi : Subandi, SH, MM. Pendidikan terakhir S – 2 Manajemen, masa kerja 25 Tahun.

- 4) Kaseksi Bimbingan Pariwisata : Rr. Fetty S. Dasawati, SH. Pendidikan terakhir S – 1 Hukum, masa kerja 14 Tahun.

Dengan demikian responden atau informan yang memenuhi criteria dalam penelitian ini adalah sejumlah 4 orang.

D. Tahap – Tahap Penelitian

Tahap – tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti, adalah :

1. Tahap Pra Lapangan :

Yaitu tahap persiapan yang dilakukan sebelum peneliti terjun ke dalam

kegiatan – kegiatan penelitian tersebut. Yang peneliti lakukan dalam tahap ini yaitu pengumpulan data – data penelitian, penyusunan rancangan penelitian, pengenalan pada lapangan penelitian serta mempunyai data dan mencari informasi mengenai informasi yang bersangkutan atau berhubungan dengan tema penelitian.

2. Tahap Kegiatan Lapangan :

Yaitu tahap dimana peneliti terjun langsung dengan kegiatan penelitian di lapangan. Tahap ini dilakukan pemahaman latar dan seluk beluk penelitian serta persiapan diri dalam tahap memasuki lapangan peran serta peneliti dalam mengumpulkan data penelitian.

3. Tahap analisa Data :

Yaitu tahap dimana peneliti mulai menelaah dan mengamati seluruh data yang sudah terkumpul seperti hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi yang kemudian diklasifikasikan dan dianalisis sesuai dengan pokok permasalahan atau tema penelitian.

4. Tahap Penulisan Laporan :

Yaitu tahap penulisan laporan merupakan tahap dimana peneliti menuangkan hasil dari penelitian ke dalam sebuah laporan tertulis. Tahap ini merupakan tahap akhir dari seluruh prosedur penelitian dimana seorang peneliti dituntut kreatifitasnya dalam menulis. Penulisan laporan yang sesuai dengan prosedur penelitian yang baik maka akan menghasilkan kualitas yang baik terhadap hasil analisa penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan, yaitu :

1. Wawancara Mendalam

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab antara peneliti dengan responden yang berlangsung secara lisan.

Jenis wawancaranya adalah wawancara terstruktur yaitu wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan.³⁶ Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan yang bergerak dalam bidang kehumasan yang memenuhi kriteria – kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto. Data yang akan digali melalui wawancara ini adalah tentang bagaimana strategi media relations Dinas Pariwisata dan kebudayaan dalam mempromosikan potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto.

2. Observasi Partisipan

Suatu teknik pengumpulan data dimana peneliti menggunakan pengamatan atau penginderaan dan pencatatan secara sistematis yang langsung terhadap peristiwa yang sedang diteliti di lapangan yaitu tentang apa yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam melaksanakan strategi media relations untuk mempromosikan potensi pariwisata di Kabupaten Mojokerto.

3. Dokumentasi

Teknik yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data – data pendukung penelitian dalam proses melihat kembali data – data penelitian dari dokumentasi yang ada. Data – data yang dimaksud berupa arsip – arsip serta catatan – catatan penting yang ada di lokasi penelitian dan

³⁶Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*....., h. 138.

berkaitan dengan strategi media relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

F. Teknik Analisis Data

Menurut Bungin (2001), teknik analisis domain digunakan untuk menganalisis gambaran – gambaran objek riset secara umum atau menganalisis di tingkat permukaan, namun relative utuh tentang objek - objek tersebut. Maksudnya, teknik ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran seutuhnya dari obyek yang diteliti, tanpa harus membuat rincian secara detail unsure – unsure yang ada dalam keutuhan obyek penelitian tersebut.³⁷

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis domain yaitu analisis yang biasanya dilakukan untuk memperoleh gambaran atau pengertian yang bersifat umum dan relatif menyeluruh tentang apa yang tercakup di suatu focus atau pokok permasalahan yang tengah diteliti.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Peneliti ingin menganalisis pola kehidupan maka domain atau kategori simbolik dari pola kehidupan, antara lain : pola komunikasi, model fashion, perilaku menarik konsumen, pola penggunaan media dan lain – lain. Untuk mempermudah penggunaan kategori Menurut Spradley untuk menemukan domain dari konteks social atau obyek yang diteliti disarankan

³⁷ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*..... h. 196.

untuk melakukan hubungan semantic antar kategori, yang meliputi sembilan tipe : Tipe hubungan ini bersifat universal, yang dapat digunakan untuk berbagai jenis situasi social.³⁸ Hubungan semantic tersebut adalah jenis, digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id tempat, sebab – akibat, alasan, lokasi untuk melakukan sesuatu fungsi, cara mencapai tujuan, urutan dan karakteristik atau ciri - ciri.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis domain jenis, cara mencapai tujuan dan alasan. Langkah – langkah dalam penelitian ini yaitu menentukan konsep sesuai dengan tema penelitian kemudian menentukan kategori – kategori dari konsep tersebut sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat dua konsep yaitu strategi media relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, dan promosi potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan (trust worthines) data yang diperlukan adalah teknik pemeriksaan. Dalam penelitian peneliti menggunakan teknik triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.³⁹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber untuk memeriksa keabsahan data yang diperoleh. Teknik triangulasi

³⁸Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*....., h. 196 – 197.

³⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*....., h. 178.

sumber ini berarti membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi dengan jalan, yaitu :

- a. Membandingkan data pengamatan (observasi) dengan data wawancara.
- b. Membandingkan hasil wawancara antara responden satu dengan responden yang lain.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Sejarah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto

Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dimana peneliti melaksanakan penelitian pada instansi pemerintah yang bertanggung jawab penuh terhadap kepariwisataan di daerah Kabupaten Mojokerto. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mempunyai tugas khusus untuk melayani dan mengembangkan potensi pariwisata yang ada. Sebelumnya kegiatan dan urusan kepariwisataan ditangani langsung oleh pemerintah daerah Kabupaten Mojokerto, tetapi ternyata penanganan di bidang kepariwisataan kurang baik sehingga pemerintah daerah perlu membentuk badan khusus yang menangani masalah pariwisata. Maka dibentuk Dinas Pariwisata daerah pada tanggal 18 Desember 1997.

Seiring dengan perkembangan zaman dan diberlakukannya otonomi daerah maka pada tanggal 19 Februari 2001 terjadi perubahan pada Dinas ini karena bergabungnya kebudayaan sehingga Dinas Pariwisata Daerah berganti nama menjadi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang beralamat di Jalan Jayanegara No. 4 Mojokerto. Perubahan ini berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Mojokerto Nomor 3 Tahun 2001 tentang Organisasi Dinas Daerah dan Tata Kerja Lembaga

Teknis Daerah yang ditindaklanjuti dengan Keputusan Bupati Mojokerto Nomor 19 Tahun 2001 tentang Penjabaran Tugas Pokok dan Fungsi Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto. Ruang lingkup kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang mencakup seluruh wilayah kecamatan di Kabupaten Mojokerto.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mempunyai pegawai sebanyak 68 orang, dengan perincian sebagai berikut : 43 orang berstatus PNS dan 25 orang berstatus Tenaga Harian Lepas.

2. Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto

a. Visi

Visi yang dimaksud adalah merupakan cara pandang jauh ke depan yang pada akhirnya dapat mencerminkan apa yang ingin dicapai, maka visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto diharapkan mampu bergerak maju menuju masa depan kepariwisataan yang lebih baik. Dan strategi yang ditempuh pemerintah Kabupaten Mojokerto dalam mengembangkan pariwisata diantaranya adalah menetapkan visi yang sejalan dengan visi pengembangan pariwisata nasional yaitu “memajukan wisata dan budaya berbasis masyarakat.”

b. Misi

Guna mewujudkan visi yang telah ditetapkan, maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto perlu menetapkan misi secara jelas sebagai suatu pernyataan yang menetapkan tujuan yang ingin dicapai. Misi merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan agar tujuan umum organisasi dapat terlaksana dan berhasil dengan baik sesuai dengan misi yang telah ditetapkan.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto merumuskan misinya, sebagai berikut :

- 1) Mengoptimalkan tontonan diisi dengan tuntunan dalam rangka pelestarian dan aktualisasi nilai – nilai budaya dan adat daerah.
- 2) “Allah itu indah dan suka dengan keindahan” dalam rangka mewujudkan Sapta Pesona Wisata (Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah Tamah, dan Kenangan).

(*Sumber data* : Dokumentasi dari buku Renstra, rencana strategic Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2010)

3. Tujuan Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto

Tujuan organisasi merupakan penjabaran dari misi organisasi dan menunjukkan sesuatu yang ingin dicapai di masa yang akan datang. Tujuan organisasi akan mengarahkan perumusan, sasaran, kebijaksanaan, program, dan kegiatan yang akan dilaksanakan dalam rangka merealisasikan misi. Berdasarkan misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Kabupaten Mojokerto maka dirumuskan tujuan organisasi yaitu meningkatkan Pembangunan Kepariwisata.

Adapun sasaran yang ingin dicapai adalah meningkatnya pendapatan masyarakat dan pemerintah daerah dari sector pariwisata melalui pendapatan asli daerah (PAD).

Guna terwujudnya sasaran, visi dan misi maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto menetapkan kebijakan yaitu “Peningkatan dan Pengembangan Pemasaran dan Pariwisata, Obyek daya tarik wisata, pembinaan sarana pariwisata, nilai – nilai budaya dan kesenian serta Pemasaran.”

(*Sumber data* : Dokumentasi dari buku Renstra, rencana strategic Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tahun 2006 - 2010).

4. Program Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto

Program operasional Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dijabarkan dalam kegiatan organisasi, sebagai berikut :

- a. Program pengembangan dan peningkatan obyek dan daya tarik wisata :
 - 1) Pembangunan fasilitas obyek wisata
 - 2) Atraksi wisata
 - 3) Pembinaan rekreasi dan hiburan umum
- b. Program peningkatan pemasaran dan penyuluhan
 - 1) Peningkatan promosi wisata dan seni budaya
 - 2) Peningkatan pelayanan informasi wisata

3) Pembinaan dan penyuluhan

c. Program peningkatan bina sarana

d. Peningkatan kerjasama dengan PHRI

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

e. Peningkatan kerjasama dengan pihak ketiga dalam pelayanan jasa

f. Program nilai – nilai budaya dan kesenian

1) Pembinaan dan pengembangan kebudayaan, nilai tradisional, permuseuman, kesusastraan, dan kebahasaan

2) Upaya penggalian dan pengemasan seni dan budaya serta pelestariannya

g. Program peningkatan ke tata usahaan

1) Peningkatan, pengelolaan administrasi kepegawaian

2) Peningkatan, pengelolaan administrasi keuangan

3) Peningkatan, pengelolaan administrasi umum

(*Sumber data* : Dokumentasi dari buku renstra, rencana strategic Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tahun 2006 - 2010).

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

5. Kedudukan, Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Kabupaten Mojokerto

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan merupakan suatu unsure pelaksana pemerintah Kabupaten Mojokerto, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.

Tugas dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan adalah membantu Bupati dalam melaksanakan sebagian urusan rumah tangga Kabupaten Mojokerto di bidang kepariwisataan dan kebudayaan.

Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto, sebagai berikut :

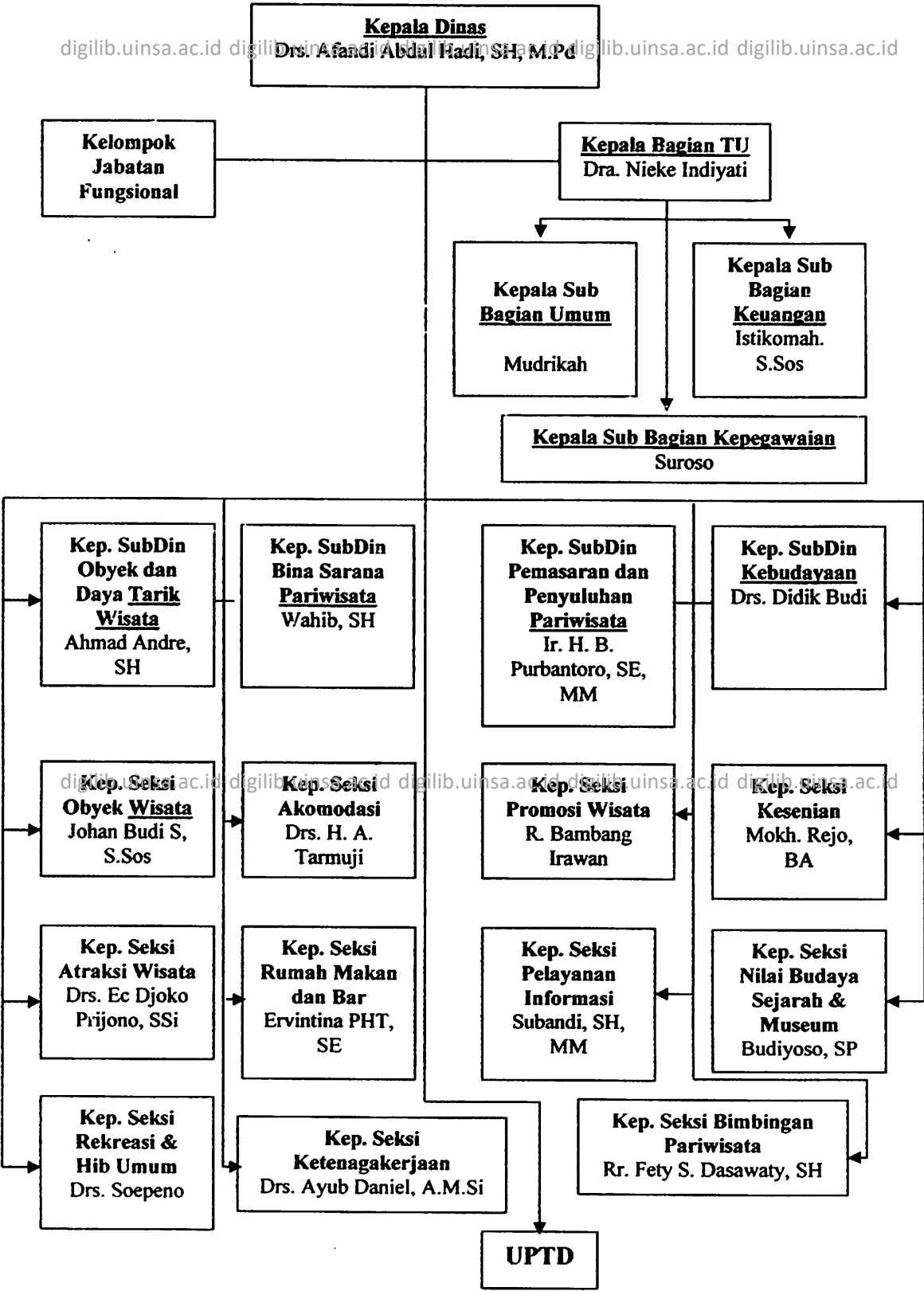
- a. Pelaksanaan penyusunan rencana program
- b. Pelaksanaan kebijakan operasional
- c. Pemberian pembinaan dan perijinan
- d. Pelaksanaan dan pengawasan dan pengendalian
- e. Pelaksanaan tugas – tugas ketatausahaan
- f. Pelaksanaan tugas – tugas kedinasan lain yang diberikan oleh Bupati

(*Sumber data* : Dokumentasi Dinas Keputusan Bupati Mojokerto mengenai tugas pokok dan fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto).

6. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto

Bagan 1

SUSUNAN ORGANISASI DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN MOJOKERTO



B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Potensi Pariwisata Kabupaten Mojokerto

Kabupaten Mojokerto terletak kurang lebih 50 Km dari Kota Surabaya berada pada satuan wilayah pembangunan Gerbang Kertasusila yaitu Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, dan Lamongan. Potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto terbagi menjadi empat kawasan wisata, yaitu :

a. Kawasan Wisata Trowulan

Trowulan mempunyai beberapa peninggalan seperti candi dan tempat ziarah berupa makam. Menurut catatan sejarah prasasti yang layak dipercaya menunjukkan bahwa pusat pemerintahan Kerajaan Majapahit berada di wilayah Kabupaten Mojokerto tepatnya di Trowulan. Beberapa situs peninggalan Majapahit tersebut selain mempunyai nilai sejarah yang tinggi juga merupakan daya tarik wisata yang sangat memikat, antara lain :

1) Candi Wringin Lawang

Candi Wringin Lawang merupakan bangunan kuno berbentuk gapura belah yang tidak memiliki atap (tipe candi bentar). Gapura ini diperkirakan sebagai pintu gerbang masuk salah satu kompleks bangunan yang berada di kota Majapahit. Berada di dukuh Wringin Lawang desa Jati Pasar kecamatan Trowulan.

2) Candi Brahu

Candi Brahu merupakan tempat untuk menyimpan abu raja – raja Majapahit Brawijaya I, II, III, IV. Setelah dibakar, abunya

disimpan di gua candi ini. Lokasinya berada di desa Bejijong Trowulan.

3) Candi Bajang Ratu

Gapura yang berbentuk Paduraksa ini mempunyai tiga bagian

: kaki, tubuh, dan atap. Mempunyai sayap dan pagar tembok di kedua sisinya. Ada hiasan pada bagian atap berupa Kepala Kala diapit Singa. Relief Matahari, Naga berkaki, Kepala Garuda dan relief bermata satu. Di bagian kaki menggambarkan cerita Sri Tanjung mempunyai fungsi sebagai pelindung atau penolak marabahaya dan pada sayap kanan dihiasi relief cerita Ramayana. Kanan kiri pintu diberi pahatan berupa binatang bertelinga panjang. Gapura ini ada hubungannya dengan Raja Jayanegara. Lokasinya berada di dukuh Kraton desa Temon, Trowulan.

4) Candi Tikus

Candi Tikus merupakan Lambang Mahameru. Candi ini

disebut candi tikus karena sewaktu ditemukan merupakan tempat bersarangnya tikus yang memangsa padi para petani. Arsitektur bangunan melambangkan kesucian gunung Mahameru sebagai tempat bersemayamnya para Dewa. Menurut kepercayaan Hindu, Gunung Mahameru merupakan tempat sumber air Tirta Amerta atau air kehidupan, yang dipercaya mempunyai kekuatan magic dan dapat memberikan kesejahteraan. Dari mitos air yang mengalir

di candi tikus dianggap bersumber dari gunung Mahameru.

Lokasinya berada di desa Temon kecamatan Trowulan.

5) Kolam Segaran

Kolam segaran merupakan bangunan kolam kuno terbesar yang mencerminkan kemampuan kerajaan Majapahit yang beradaptasi dengan lingkungannya. Menurut cerita kolam ini digunakan untuk rekreasi dan menjamu tamu – tamu Kerajaan Majapahit. Lokasinya berada di dukuh Trowulan, desa Trowulan, kecamatan Trowulan.

6) Museum Trowulan

Museum Trowulan ini digunakan sebagai tempat menyimpan benda – benda kuno peninggalan kerajaan Majapahit juga digunakan sebagai tempat studi para pelajar dan mahasiswa serta bisa untuk tempat rekreasi. Lokasinya berada di desa Trowulan kecamatan Trowulan.

7) Pendopo Agung

Sebuah bangunan khusus khas nuansa Majapahit dan sering difungsikan sebagai tempat pertunjukan kesenian, studi tour, lomba, tempat pertemuan dengan suasana yang teduh dan nyaman juga sebagai tempat rekreasi atau istirahat. Lokasinya berada di desa Temon, Kecamatan Trowulan.

8) Makam Siti Inggil

Makam siti inggil merupakan tempat persinggahan dan tempat pertapaan raja Majapahit ke I (R. Wijaya Kertajaya Jaya

Wardhana). Dulu ceritanya adalah sebuah Punden di dusun Kedung Wulan yang diberi nama “Lemah Geneng” yang artinya Siti Inggil.

Di depan makam Siti Inggil terdapat dua makam yaitu makam Sapu angin dan Sapu Jagad sehingga makam ini dikeramatkan dan sering dikunjungi wisatawan local maupun asing setiap Jum’at legi. Lokasinya berada di dusun Kedung wulan, desa Bejjong kecamatan Trowulan.

9) Makam Putri Cempa

Makam Putri Cempa merupakan makam bangsawan atau keluarga Majapahit yang memeluk Agama Islam. Jumlah Nisan ada dua tempat di makam utama dan di halaman dua. Makam ini dikeramatkan dan sering dikunjungi pada setiap hari malam jum’at legi. Lokasinya berada di desa Unggahan kecamatan Trowulan.

10) Sentra Industri Kecil dan Pusat Informasi Pariwisata

Pusat pariwisata sentra industri merupakan pusat berbagai macam souvenir atau cendera mata khas Mojokerto dengan berbagai macam fasilitas seperti kios, hotel, kolam renang. Selain itu juga bisa digunakan sebagai tempat rekreasi keluarga. Lokasinya sangat strategis dimana berada di jalan raya Trowulan.

11) Makam Troloyo

Makam Troloyo merupakan kompleks makam yang terbagi dua kelompok makam yaitu bagian depan dan belakang. Di bagian depan terdapat makam Syayid Jumadil Kubro seorang penyebar agama Islam di tanah Jawa sebelum Wali Songo dan di bagian belakang ada makam sunan Ngudung dan makam Syayid Usman. Lokasinya berada di desa Sentonorejo kecamatan Trowulan.

b. Kawasan Wisata Trawas

1) Petirtaan Candi Jolotundo

Petirtaan candi jolotundo merupakan candi petirtaan yang disiapkan raja Udayana (Bali) yang mempersunting Putri Gunapriadharmaphatni yang merupaakn ibu dari Airlangga. Candi ini terbuat tahun 1997 M. Konon ceritanya, air petirtaan candi jolotundo merupakan sumber air terjernih di dunia dan orang yang mandi di pertitaan candi jolotundo bisa awet muda. Lokasinya berada di lereng gunung Bekal, salah satu dari puncak gunung Penanggungan, desa Seloliman kecamatan Trawas.

2) Air Terjun Dlundung

Air Terjun Dlundung merupakan nuansa alam pegunungan yang sejuk diiringi suara gemericiknya air terjun dan rimbunnya pohon yang alami menambah kesahduan bagi wisatawan serta mempesona bila di pandang mata. Pada lokasi air terjun Dlundung terdapt tempat bersantai dan tmpat berkemah yang luas serta nyaman. Lokasinya berada di desa Kemloko kecamatan Trawas.

3) Reco Lanang

Reco lanang merupakan peninggalan kerajaan Majapahit masa agama Budha, yang merupakan gambaran dari perwujudan Dhani Budha (Dhani Bodhisatwa) yang disebut Aksobya yang menguasai arah mata angin sebelah Timur yang selalu bertafakur dan berada di langit dengan kekuatannya yang memancarkan seorang manusia budha yang mengajarkan dharma di dunia. Lokasinya di desa Kemloko kecamatan Trawas.

c. Kawasan wisata Pacet

1) Wana Wisata Padusan

Wana wisata padusan merupakan tempat bersantai di bawah rindang pepohonana Pinus yang sejuk dan memberikan kesan tersendiri untuk dikunjungi dengan keadaan lingkungan alam menyejukan dengan dilengkapi kolam renang bertaraf International, kolam air hangat, serta taman bermain yang indah dipandang mata dan menyejukan di hati. Lokasinya berada di desa Padusan kecamatan Pacet.

2) Air Terjun Coban Cangu

Air terjun Coban Cangu merupakan air terjun yang mempesona dikelilingi pepohonan yang lebat dan udara yang sejuk dilengkapi dengan tempat bermain anak – anak dan tempat berteduh atau beristirahat sehingga menambah keindahan

panorama air terjun dan memberikan kesan yang syahdu.

Lokasinya berada di desa Padusan kecamatan Pacet.

3) Taman dan Pemandian Ubalan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Taman dan Pemandian Ubalan merupakan tempat yang cocok untuk bermain dan berenang bagi anak – anak dewasa. Dengan pemandangan lereng gunung yang indah dan taman yang mempesona dilengkapi sepaeda air dan kolam yang cukup luas serta tempat penginapan sehingga menambah keindahan dan kenikmatan berwisata. Lokasinya berada di desa Pacet kecamatan Pacet.

d. Obyek wisata Mandiri

Merupakan obyek wisata buatan yaitu Tirta Cek Dam Tanjungan dan Api Alam Bekucuk. (Company Profile Dinas Pariwisata Kabupaten Mojokerto).

(*Sumber data* : Dokumentasi dari company profile Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto)

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. Strategi Media Relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Kabupaten Mojokerto

Strategi media relation merupakan suatu kebijakan atau taktik yang sudah ditetapkan oleh humas dalam menjalin hubungan dengan media untuk mencapai sasaran dan tujuan dari perusahaan yang diwalikinya. Secara umum strategi media relation yang diterapkan adalah dalam rangka

mempromosikan potensi pariwisata. Sehingga titik berat strateginya adalah bagaimana strategi media relations Dinas Pariwisata Kabupaten dan

Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata.

a. Tujuan Strategi Media Relations dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata

Penetapan tujuan strategi media relations terlebih dahulu merupakan factor penting dalam merancang sebuah strategi media relations. Tujuan strategi media relation akan memberikan arah dalam menetapkan strategi divisi HUMAS dalam mempromosikan potensi pariwisata. Penetapan tujuan strategi media relations HUMAS juga harus sesuai dengan tujuan strategi lembaga yang diwakilinya. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Bambang Purbantoro bahwa :

Tujuan dari membangun hubungan dengan media adalah juga merupakan tujuan umum dari pemerintah Kabupaten Mojokerto khususnya dalam bidang pariwisata yaitu tentu saja menginginkan adanya potensi – potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto bisa dipublikasikan kepada masyarakat. Dan hal itu tentu saja akan lebih mudah dicapai apabila aktivitas – aktivitas publikasi itu dibantu oleh media massa.⁴⁰

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Bambang Irawan bahwa :

Tujuan utama dari melakukan hubungan dengan media adalah menyebarluaskan informasi pariwisata daerah Mojokerto pada khalayak ramai dan juga membangun citra kepariwisataan Kabupaten Mojokerto.⁴¹

Menurut Bapak Subandi :

⁴⁰Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

⁴¹Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

Divisi kami sebagai wakil dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto melakukan hubungan dengan media adalah untuk menjalin kerja sama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Mojokerto.⁴²

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Hal ini ditegaskan oleh Ibu Fety Dasawati bahwa :

Tujuan strategi media relation yang kami lakukan adalah terjalinnya hubungan yang baik dengan media massa sehingga dapat mempublikasikan potensi pariwisata daerah kepada masyarakat luas.⁴³

Dari penjelasan di atas jelas bahwa tujuan dari strategi media relation adalah untuk mempublikasikan potensi – potensi pariwisata yang ada di daerah Kabupaten Mojokerto kepada masyarakat luas dan juga membangun citra pariwisata yang baik kepada khalayak. Dan hal tersebut akan mudah tercapai apabila terjalin kerjasama yang baik antara divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dengan media massa yang ada.

Kegiatan divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto berhubungan erat dengan masyarakat, dimana salah satu kegiatan yang dilakukan adalah mempromosikan potensi pariwisata yang ada di daerah Mojokerto agar masyarakat atau publik mengenal dan mau mengunjungi obyek wisata yang ada. Salah satu penunjang keberhasilan program – program kehumasan yang dilakukan suatu lembaga adalah dengan berhubungan dengan media.

⁴²Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

⁴³Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa membangun hubungan dengan media massa merupakan suatu keharusan, karena untuk memperkenalkan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto mau tidak mau HUMAS harus giat dalam mempromosikan seluruh potensi yang dimilikinya dimana salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menjalin kerjasama dengan berbagai media cetak maupun elektronik, baik local maupun nasional.

Membangun hubungan dengan media bisa dikatakan merupakan langkah awal saja, langkah selanjutnya adalah terjalinnya kerjasama yang harmonis sehingga menjadi suatu usaha bersama dalam rangka memajukan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto, mengingat media juga tidak bisa di paksa untuk memberitakan suatu berita, termasuk pula berita tentang potensi pariwisata dan juga kegiatan – kegiatan kepariwisataan yang ada di Kabupaten Mojokerto.

Adanya hubungan kerjasama yang baik dengan media juga dapat menjaga citra pariwisata Kabupaten Mojokerto, karena apabila ada berita – berita yang merugikan terutama mengenai potensi wisata yang ada di Kabupaten Mojokerto dapat dengan di klarifikasi kebenarannya.

Mengenai tujuan apa saja yang dilakukan divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam

mempromosikan potensi pariwisata, berikut wawancara dengan Bapak

Bambang Purbantoro :

Tujuan dari mempromosikan potensi pariwisata di kab Mojokerto ini tentu saja adanya kunjungan wisata yang tinggi dan otomatis juga tingginya PAD (Pendapatan Asli Daerah). Diharapkan juga dengan kegiatan promosi pariwisata ini kunjungan wisatawan akan terus meningkat setiap tahunnya, targetnya kita juga ingin mencapai wisatawan mancanegara.⁴⁴

Pendapat dari Bapak Bambang Irawan :

Tujuan dari pada mempromosikan pariwisata melalui media adalah sebagai pelaksanaan program kerja yang sudah ditetapkan oleh pemerintah Kabupaten Mojokerto.⁴⁵

Sedangkan menurut Bapak Subandi :

Kami melakukan promosi dengan bantuan media tujuannya ya ingin kunjungan wisata yang tinggi sesuai dengan target yang diinginkan, juga ingin memperkenalkan potensi pariwisata yang belum dikenal sehingga bisa lebih dikenal wisatawan, dan juga melalui pariwisata ini akan memberikan kontribusi yang besar terhadap pendapatan asli daerah (PAD).⁴⁶

Kemudian oleh Ibu Fety Dasawati :

Mempromosikan pariwisata melalui media tujuannya ya agar jumlah wisatawan meningkat, juga tempat – tempat wisata tentunya juga akan lebih dikenal oleh masyarakat dengan itu maka tempat – tempat wisata juga akan lebih diperhatikan.⁴⁷

Dari penuturan para informan di atas tujuan dari mempromosikan potensi pariwisata adalah tingginya kunjungan

⁴⁴Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

⁴⁵Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

⁴⁶Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

⁴⁷Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

wisatawan ke obyek – obyek wisata yang ada di Kabupaten Mojokerto dimana dengan tingginya wisatawan maka akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mojokerto. Di samping itu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto tidak hanya membidik wisatawan dalam negeri tetapi juga wisatawan luar negeri.

Menarik wisatawan sebanyak mungkin memang suatu keinginan yang ideal, tetapi hal itu harus di dukung dengan kegiatan – kegiatan atau upaya – upaya untuk menarik wisatawan tersebut. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa kegiatan promosi yang baik juga potensi pariwisata dengan sarana dan prasarana yang memadai dan juga mendukung wisatawan untuk mau mengunjungi suatu obyek wisata.

Pemberitaan yang baik tentang potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto akan menarik minat masyarakat untuk mengunjungi obyek – obyek wisata Kabupaten Mojokerto. Namun, apabila ternyata apa yang diinformasikan tidak sesuai dengan kenyataan maka akan mengecewakan wisatawan. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan juga harus sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Apabila wisatawan merasa puas setelah mengunjungi suatu obyek wisata maka mereka akan menginformasikannya kepada orang lain dan akan kembali mengunjungi tempat wisata tersebut.

Mengenai strategi apa saja yang digunakan dalam memperkenalkan potensi pariwisata Kabupaten Mojokero, berikut

penuturan Bapak Bambang Purbantoro :

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Untuk memperkenalkan potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto dengan cara :

- Membuat tulisan – tulisan press release
- Press tour
- Mengadakan konferensi pers
- Mengundang wartawan untuk berkunjung ke obyek - obyek wisata
- Mengundang wartawan yang di adakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yaitu dengan membuat VCD obyek wisata yang akan ditayangkan di TV, saat ini JTV
- Bekerja sama dengan media cetak (Radar minggu, Jawa Pos, Harian Bangsa)
- Media elektronik radio (Wika FM, Maja FM, Satria FM) dan TV (JTV)
- Bekerja sama dengan indosat mengenai info wisata yang ada di Mojokerto melalui SMS
- Membuat brosur dan kalendernya setiap tahunnya⁴⁸

Hal tersebut ditegaskan oleh Bapak Bambang Irawan :

Secara internal dinas melakukan kegiatan penyediaan informasi seperti pembuatan VCD mengenai potensi wisata dan secara eksternal melibatkan pihak – pihak yang dapat membantu memperkenalkan potensi pariwisata.⁴⁹

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Kemudian Bapak Subandi menjelaskan :

Dalam memperkenalkan potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto ini dilakukan dengan melalui berbagai media baik cetak, elektronik maupun melalui media – media lainnya termasuk juga berbagai macam kegiatan termasuk membuat brosur dan kalender setiap tahunnya.⁵⁰

Selanjutnya Ibu Fety Dasawati menjelaskan pendapatnya :

⁴⁸Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

⁴⁹Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

⁵⁰Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang dilakukan dalam mempromosikan potensi pariwisata adalah :

- Secara khusus dilakukan melalui program atau kegiatan formal seperti seminar, promosi baik melalui media maupun langsung, mengadakan kegiatan atau even wisata, melestarikan budaya dan lain – lain.
- Secara non formal lewat berbagai macam kegiatan kita informasikan potensi wisata yang ada.⁵¹

Dari penjelasan di atas potensi pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto yang berhubungan dan bekerja sama dengan media adalah dengan cara press release, press tour, dan press conference. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa dalam mempromosikan potensi pariwisata hubungan baik dengan media sangat diperlukan agar media massa tertarik untuk memberitakan potensi pariwisata melalui kegiatan – kegiatan promosi yang dilakukan.

Strategi lain juga dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan adalah mengadakan seminar. Hal lain yang bisa dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam memperoleh perhatian media misalnya dengan mengundang para pakar sejarah untuk menjelaskan mengenai keistimewaan situs Trowulan sebagai peninggalan sejarah, lokakarya – lokakarya, mengundang pelajar dan mahasiswa ke tempat – tempat wisata yang ada di Kabupaten Mojokerto dan lain – lain.

Sedangkan bagaimana cara mencapai tujuan tersebut dengan

⁵¹Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

menggunakan potensi media yang ada menurut Bapak Bambang

Purbantoro :

Wah, media yang ada banyak sekali ya, kami berusaha bekerja sama dengan media yang ada, bentuk konkritnya .

Bekerja sama dengan media cetak dan elektronik. Dengan media cetak seperti Koran setiap bulan membuat tulisan dan reklame, dengan radio setiap minggu ada dialog interaktif, dengan TV mengikuti even anugerah wisata se-jawa timur.

Bekerja sama dengan media cetak (radar minggu, jawa pos, harian bangsa), media elektronik radio (wika FM, maja FM, satria FM) dan TV (JTV).

Bekerja sama dengan indosat mengenai info wisata yang ada di wilayah Kabupaten Mojokerto melalui SMS.

Dengan JTV mengikuti Anugerah Wisata, sudah di tayangkan obyek wisata Air panas dan baru – baru ini di tayangkan juga wisata budaya Jumadil Kubro (Makam Troloyo).⁵²

Menurut Bapak Bambang Irawan cara untuk mencapai tujuan

dengan menggunakan media yang ada adalah :

Cara mencapai tujuan seperti yang saya sebutkan tadi ya butuh kerjasama dengan media, dengan media cetak seperti Jawa Pos media elektronik radio wika FM, maja FM, satria FM dan TV di JTV. Media yang sudah ada ya dimanfaatkan sebaik mungkin.⁵³

Kemudian Bapak Subandi mengemukakan pendapatnya :

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Untuk mencapai tujuan tersebut dengan menggunakan potensi media yang ada, maka dengan memaksimalkan seluruh potensi yang dimiliki mulai dari media internal dinas dan juga bekerja sama dengan media massa yang ada di Kabupaten Mojokerto.⁵⁴

Sedangkan Ibu Fety Dasawati menjelaskan pendapatnya :

⁵²Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

⁵³Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

⁵⁴Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

Secara khusus melalui program formal seperti mengikuti anugerah wisata dan juga bekerja sama dengan media cetak dan elektronik yang ada di Jawa Timur khususnya.⁵⁵

Dari penuturan para informan di atas dapat diketahui bahwa untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan untuk bekerja sama dengan media yang ada adalah salah satu caranya. Baik media cetak maupun media elektronik diikutsertakan dalam rangka mempromosikan potensi pariwisata. Hubungan baik dengan insan media juga harus di jaga agar kerjasama antar kedua pihak bisa dilakukan secara berkesinambungan. Maka dengan itu tujuan strategi media relation yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan maksimal.

HUMAS dalam melakukan komunikasi setidaknya ada 4 media yang digunakan dalam proses komunikasi, antara lain :

- 1) Media cetak yang diantaranya adalah buku, majalah, surat kabar, brosur, pamflet, dan lain – lain.
- 2) Media visual seperti foto, film, lukisan, televisi, pameran.
- 3) Media auditif seperti radio, tape recorder, telephone.
- 4) Media pertemuan seperti kongres, rapat umum.

Dengan tersedianya berbagai macam media komunikasi seperti disebutkan di atas, maka HUMAS sebagai komunikator dapat memilih media mana yang cocok untuk dipergunakan dalam menyampaikan informasi sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

⁵⁵ Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

Tidak ada media yang sempurna, semua memiliki kelebihan dan kekurangan, karena itu sebaiknya tidak hanya terpaku pada satu media, akan tetapi memanfaatkan seluruh media yang ada. Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa seluruh media sudah dipergunakan, namun tidak ada upaya untuk mengukur bagaimana efektifitas media yang digunakannya, bagaimana cakupan media yang digunakan dan terutama efeknya terhadap peningkatan wisatawan.

Semestinya agar pemilihan media tepat sasaran dapat dilakukan uji penggunaan masing – masing media terhadap efek pada peningkatan jumlah wisatawan. Selanjutnya, media – media yang dirasakan efektif dalam menarik minat wisatawan diteruskan dan dikembangkan kerjasamanya, sebaliknya yang kurang memberikan efek dapat diganti dengan mencari media – media baru.

Mengenai pencapaian yang sudah di dapat melalui strategi media relation yang telah dilakukan sampai saat ini, dikemukakan oleh Bapak Bambang Purbantoro :

Dari strategi media relation yang sudah kami lakukan maka hasil yang tampak saat ini yang paling dapat di andalkan dan terlihat nyata adalah peningkatan kunjungan wisata walaupun peningkatannya tidak terlalu tajam dan juga diberitakannya obyek – obyek wisata yang ada di Mojokerto ini baik melalui pemberitaan di media massa maupun melalui even – even yang diikuti.⁵⁶

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Bambang Irawan :

⁵⁶Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

Peningkatan jumlah kunjungan wisata merupakan wujud nyata dari keberhasilan berbagai upaya yang sudah kita lakukan, di samping itu keberhasilan dalam membangun hubungan dengan media, potensi – potensi wisata yang kita miliki telah diberitakan di berbagai media baik local maupun nasional sehingga potensi – potensi wisata yang ada di Kabupaten Mojokerto dapat di kenal oleh masyarakat lebih luas.⁵⁷

Kemudian Bapak Subandi menuturkan bahwa :

Upaya yang dilakukan oleh dinas pariwisata yang sudah dapat dicapai saat ini adalah peningkatan kunjungan wisata, karena dengan meningkatkan kunjungan wisata tersebut merupakan suatu keharusan bagi pihak dinas pariwisata di Kabupaten Mojokerto.⁵⁸

Hal senada dikemukakan oleh Ibu Fety Dasawati :

Dengan melaksanakan strategi media relation yang sudah dicapai Dinas Pariwisata dan kebudayaan sampai saat ini adalah meningkatnya kunjungan wisata dan juga pemberitaan tentang obyek – obyek wisata di wilayah Kabupaten Mojokerto di berbagai media.⁵⁹

Berdasarkan keterangan yang telah disampaikan oleh para informan tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan dari diterapkannya strategi media relation yang sudah ditetapkan yaitu terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisata.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan memang dapat dijadikan sebagai acuan bahwa tujuan membangun hubungan dengan media dapat di katakan berhasil. Namun, tingkat keberhasilan itu juga harus dilihat secara lebih seksama, misalnya berapa biaya yang

⁵⁷Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

⁵⁸Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

⁵⁹Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 5 Mei 2008.

digunakan untuk memperkenalkan potensi wisata di Kabupaten Mojokerto bila di bandingkan dengan tingkat kunjungan wisatawan yang datang ke obyek – obyek wisata yang ada di wilayah Kabupaten Mojokerto. Memang disadari bahwa dalam memperkenalkan potensi wisata, merupakan buah yang diraih yang memerlukan waktu cukup lama., akan tetapi dapat dihitung atau diukur tingkat efisien dan efektifitas dari suatu program memperkenalkan potensi wisata di Kabupaten Mojokerto. Dengan adanya evaluasi maka akan ada perbaikan untuk masa – masa mendatang.

Hal tersebut terkuak dari pernyataan yang dijelaskan oleh para informan mengenai media lain yang ingin di rangkul dalam mempromosikan pariwisata. Sehubungan dengan hal tersebut, Bapak Bambang Purbantoro menjelaskan :

Kami masih ingin menjangkau wisatawan yang lebih luas, karena kami yakin potensi wisata yang ada di daerah Mojokerto ini sangat menarik. Kami ingin membuat kios informasi wisata Mojokerto yang diwujudkan melalui Web – site internet jadi informasi yang disajikan lebih lengkap tentang obyek wisata Mojokerto tetapi sampai saat ini belum tercapai karena dananya belum ada.⁶⁰

Menurut pendapat Bapak Subandi tujuan strategi media relation yang masih belum tercapai hingga saat ini adalah :

⁶⁰Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Rabu, Tanggal 7 Mei 2008.

Hal – hal yang tidak tercapai atau yang belum tercapai hingga saat ini adalah membuat Web – Site sendiri. Karena pihak pariwisata merasa kesulitan untuk membuat Web – Site sendiri, dan hal ini sebenarnya adalah sudah diprogramkan, namun masih belum bisa tercapai.⁶¹

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Dari penuturan para informan tersebut, dapat dijelaskan bahwa dengan dibangunnya Web – Site kegiatan publikasi akan menjadi lebih mudah. Kegiatan publikasi yang dilakukan HUMAS melalui internet dapat dilakukan dengan jalan mengikuti mailing list yang sesuai dengan target market yang diinginkan. Selain mengikuti mailing list yang sesuai dengan target market perusahaan, HUMAS juga harus secara berkesinambungan memproduksi e-newsletter kepada member web – site perusahaan. Jalan yang paling aman adalah mengirimkan newsletter kepada anggota website anda yang secara sukarela mendaftarkan alamat e-mailnya untuk dikirimkan informasi tentang perusahaan anda. Maka dengan mempunyai web – site sendiri maka wisatawan yang terjaring juga akan semakin banyak dan juga semakin meningkatnya kunjungan wisatawan, akan tetapi anggaran dari pemerintah tetap menjadi kendala.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Penggunaan internet sebagai media promosi memang cukup baik. Hal ini, karena jangkauan internet yang begitu luas, namun tidak semua orang memiliki kemampuan untuk mengakses internet. Bila sasaran yang hendak diraih adalah wisatawan mancanegara maka

⁶¹ Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Rabu, Tanggal 7 Mei 2008.

penggunaan internet dapat dirasakan efektif. Tetapi bila sasarannya wisatawan local, apalagi yang dekat atau masyarakat di sekitar Kabupaten Mojokerto maka banyak media lain yang lebih tepat dipergunakan seperti pembangunan kios informasi bukan dalam bentuk web – site akan tetapi kios informasi secara nyata dimana masyarakat dapat memperoleh informasi seluruh potensi wisata yang ada di Kabupaten Mojokerto.

Media internet tentu saja bukan satu – satunya media yang bisa memajukan kepariwisataan yang ada di Mojokerto, media massa seperti cetak dan elektronik dan sampai saat ini masih menjadi mitra yang baik bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto. Mengenai media apa saja yang dipilih dalam mempromosikan potensi pariwisata berikut ini penuturan dari para informan.

Bapak Bambang Purbantoro mengungkapkan :

Media yang kami pilih adalah media cetak, Radar Mojokerto, Realita, lintas kota, dan ragam minggu. Elektronik saja FM, wika FM, satria FM, dan JTV. Selain itu kami juga berusaha dengan INDOSAT akan tetapi masih dalam proses.⁶²

Pendapat senada yang diungkapkan oleh Bambang Irawan, Bapak Subandi, Ibu Fety Dasawati :

Media yang dipilih adalah media cetak Radar Mojokerto, realita, lintas kota, dan ragam minggu. Elektronik saja FM, wika FM, satria FM, dan JTV.⁶³

⁶²Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Rabu, Tanggal 7 Mei 2008.

⁶³Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Rabu, Tanggal 7 Mei 2008.

Pemilihan media yang tepat sangat dibutuhkan dalam mewujudkan tujuan yang ingin dicapai. Hubungan dengan media yang dipilih juga harus di jaga agar tetap harmonis sehingga kerjasama yang dilakukan bisa berjalan mulus dan lama. Maka strategi hubungan pers harus selalu dilaksanakan dengan baik. Namun sesuatu hal pasti mempunyai kekurangan dan kelebihan begitu juga media.

Apabila dilihat dari pemilihan media yang dilakukan hanya oleh dinas, dari segi jangkauan sifatnya hanya local atau di sekitar daerah Kabupaten Mojokerto saja. Hal ini kurang sesuai dengan tujuan ingin meningkatkan jumlah wisatawan sebanyak – banyaknya baik itu wisatawan nasional maupun wisatawan asing. Bila tujuan tersebut yang ingin dicapai mestinya dipilih media yang mampu menjangkau sesuai dengan keinginan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto.

Apabila Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto menginginkan adanya kunjungan wisatawan asing, maka seharusnya dinas melakukan kerjasama dengan agen – agen perjalanan yang ada di luar negeri. Dengan adanya jalinan kerjasama yang baik, informasi mengenai potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto akan dikenal lebih dekat. Di samping dengan agen – agen atau biro – biro perjalanan asing, penggunaan internet sebagai media yang memiliki cakupan luas yang tidak bisa ditinggalkan.

Mengenai kelebihan dan kekurangan media yang dipilih oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto berikut

penuturan dari Bapak Bambang Purbantoro :

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Semua hal pasti akan mempunyai kelebihan ya, akan tetapi juga tidak lepas dari kekurangan, selama ini media yang kami pilih sangat membantu dalam mempromosikan pariwisata yang kami miliki, selama ini citra yang ditampilkan kepariwisataan Mojokerto juga baik, malah terkadang tanpa kami minta media cetak menerbitkan obyek wisata yang ada, tetapi kekurangannya ya itu jangkauannya masih terbatas, akan tetapi bulan kemarin kami ikut promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Jawa Timur berupa buku agenda yang disalurkan sampai mancanegara tetapi sampai sekarang hasilnya belum terlihat.⁶⁴

Hal senada disampaikan oleh Bapak Bambang Irawan :

Sampai sejauh ini hubungan dengan media yang dipilih sangat baik pemberitaan yang dibuat juga positif, kekurangannya Koran dan TV nya belum sampai ke mancanegara, kalau radio hanya se – Jawa Timur.⁶⁵

Hal itu dibenarkan oleh Bapak Subandi dan Ibu Fety Dasawati :

Kelebihannya media membantu kami dalam mempromosikan pariwisata kepada khalayak luas, kekurangannya belum sampai pada taraf internasional.⁶⁶

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh para informan tersebut dapat dilihat bahwa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh media yang di ajak bekerja sama sampai saat ini masih bisa diterima. Tidak dapat dipungkiri melalui promosi yang dilakukan melalui media tujuan yang diinginkan oleh Dinas Pariwisata dan

⁶⁴Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Rabu, Tanggal 7 Mei 2008.

⁶⁵Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Rabu, Tanggal 7 Mei 2008.

⁶⁶Wawancara Dengan Subandi dan Fety Dasawati, Rabu, Tanggal 7 Mei 2008.

Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dapat tercapai yaitu peningkatan jumlah wisatawan walaupun mengalami kenaikan yang tidak drastis tetapi cukup signifikan, citra yang ditampilkan melalui pemberitaan di media – media tersebut juga cukup baik terhadap keparwisataan yang ada di Kabupaten Mojokerto.

Apabila sudah mendapatkan respon yang baik lewat media local, semestinya juga berusaha agar mendapat publikasi tingkat nasional yang dipilih, media Koran yang dipilihpun Radar Mojokerto bukan Koran Jawa Pos sebagai Koran nasional, demikian halnya dengan media elektronik.

Saat ini memang belum banyak daerah yang mempromosikan potensi wisata yang dimiliki lewat media nasional apalagi internasional, kendala utama adalah masalah biaya. Padahal apabila biaya tersebut dapat ditanggung bersama antara pemerintah daerah dan masyarakat yang terlibat atau menikmati manfaat dari adanya kunjungan wisatawan maka tidak akan terasa berat.

b. Target Strategi Media Relations dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata

Dalam setiap lembaga dari strategi yang sudah dicanangkan pasti akan mempunyai target yang ingin dicapai. Demikian juga dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto , tentang promosi potensi pariwisata yang dimana mereka juga mempunyai target.

Berkaitan dengan target yang diinginkan melalui media relation dalam promosi potensi pariwisata Bapak Bambang Purbantoro menyatakan :

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Target strategi media relation dalam promosi potensa pariwisata yang kami lakukan adalah wisatawan baik local maupun regional, dengan dikenalnya semua obyek wisata di Mojokerto ini, karena sebenarnya obyek wisata kita banyak sekali, kemudian kita juga dituntut untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat bahwa obyek wisata alam itu sudah aman mengingat dulu pernah terjadi bencana alam.⁶⁷

Jawaban tersebut juga diperkuat oleh Bapak Bambang Irawan :

Target kita adalah mengenalkan obyek wisata kita kepada masyarakat luas, sehingga jumlah wisatawan bisa meningkat.⁶⁸

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Subandi dan Ibu Fety

Dasawati :

Target strategi media relation yang kita laksanakan adalah mengenalkan obyek wisata pada masyarakat luas dan meningkatnya jumlah wisatawan secara signifikan.⁶⁹

Target strategi media relation Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi

pariwisata adalah wisatawan, dengan dikenalnya potensi pariwisata yang dimiliki oleh daerah Mojokerto kepada masyarakat luas. Agar jumlah wisatawan yang berkunjung bisa meningkat. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto juga harus bisa menonjolkan

⁶⁷Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Rabu, Tanggal 7 Mei 2008.

⁶⁸Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Rabu, Tanggal 7 Mei 2008.

⁶⁹Wawancara Dengan Subandi dan Fety Dasawati, Rabu, Tanggal 7 Mei 2008.

kelebihan obyek wisata yang dimiliki di tengah persaingan obyek – obyek wisata daerah lain dan juga mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap obyek wisata Mojokerto mengingat pernah terjadi bencana alam.

Dari penuturan responden di atas dapat dikatakan bahwa target utama strategi media relation yang ingin dicapai oleh Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Mojokerto adalah memperkenalkan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto kepada masyarakat luas. Dalam hal ini perlu promosi yang baik, salah satu cara promosi yang baik adalah melalui media massa. Maka divisi HUMAS dituntut untuk menjalin hubungan yang baik dengan media. Dengan melaksanakan strategi media relation dalam mempromosikan potensi pariwisata, Wisatawan yang akan terjaring ruang lingkupnya akan semakin luas karena jangkauan media yang luas. Kegiatan promosi melalui media juga sangat efektif dalam menyampaikan pesan kepada khalayak dalam hal ini adalah wisatawan baik local maupun regional.

Dalam menyusun target semestinya tidak hanya memperkenalkan saja tetapi bagaimana masyarakat mengetahui dengan baik, sehingga dengan memiliki pengetahuan tentang potensi pariwisata yang ada diharapkan mereka akan mampu menginformasikan kepada masyarakat lain tentang potensi pariwisata tersebut. Sasaran atau target yang ingin dicapai minimal seluruh

masyarakat Kabupaten Mojokerto sendiri mengetahui dan memahami potensi pariwisata yang ada di kotanya sendiri. Sehingga apabila ada orang lain yang bertanya dapat memberikan informasi potensi pariwisata mana yang layak untuk dikunjungi.

Dalam memperkenalkan potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Mojokerto senestinya juga dilakukan skala prioritas terhadap seluruh potensi yang dimiliki sehingga lebih focus dan jelas potensi wisata mana yang akan diperkenalkan terlebih dahulu mempertimbangkan bobot dan kualitas masing – masing potensi wisata yang ada.

Dalam hubungannya dengan media berikut ini ungkapan dari Bapak Bambang Purbantoro :

Media sangat berperan dalam membantu mempromosikan pariwisata yang kami punya karena media jangkauannya sangat luas ya, dari masyarakat bawah sampai atas pasti menggunakan media sebagai sarana informasi baik itu berupa koran, radio, dan televisi.⁷⁰

Hal itu diperkuat oleh Bapak Bambang Irawan :

Promosi melalui media sangat efektif karena media mampu menyampaikan pesan kita kepada sasaran.⁷¹

Mengenai hal tersebut Bapak Subandi juga mengungkapkan :

⁷⁰Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 12 Mei 2008.

⁷¹Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 12 Mei 2008.

Untuk menjangkau wisatawan yang lebih luas maka kita perlu mempromosikan obyek wisata melalui media, baik itu media cetak maupun elektronik karena saat ini media merupakan sarana yang baik untuk menginformasikan sesuatu kepada masyarakat.⁷²

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Hal senada diungkapkan oleh Ibu Fety Dasawati :

Promosi melalui media adalah salah satu cara kita untuk mencapai target kunjungan wisatawan.⁷³

Harus diakui peran media memang sangat besar, tetapi yang perlu diperhatikan adalah bagaimana caranya memanfaatkan media yang ada tersebut sebagai sarana yang terbaik untuk menginformasikan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto. Sebagai sebuah sarana harus dipelihara agar dapat dimanfaatkan atau memberikan manfaat sesuai dengan keinginan, untuk itu menjaga hubungan dengan media menjadi hal yang penting dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto.

Dalam proses mencapai target tidak terlepas dari hambatan – hambatan yang ada. Terlepas dari bagaimana divisi HUMAS melihat

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

hambatan yang ada, sebagai sebuah pembelajaran untuk mencapai hasil yang maksimal dan untuk melakukan evaluasi agar agar dapat lebih baik lagi atau sebaliknya sebagai kendala dalam mencapai target.

Demikian juga hambatan yang menghalangi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mencapai target strategi

⁷²Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Senin, Tanggal 12 Mei 2008.

⁷³Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 12 Mei 2008.

media relations untuk mempromosikan potensi pariwisata dan pasti menemui suatu hambatan, berikut ini pendapat wawancara dengan

responden mengenai hambatan apa saja yang ditemui dalam mempromosikan pariwisata Bapak Bambang Purbantoro :

Selama ini hambatan yang paling menonjol adalah anggaran yang terbatas dari pemerintah, bayangkan saja untuk menampilkan iklan di TV local seperti JTV saja sekali muncul biayanya mencapai 15 juta jadi untuk menayangkan profil pariwisata Mojokerto tidak bisa dilakukan sering mengingat biaya yang terbatas, sehingga promosi yang kami lakukan melalui TV sangatlah terbatas.⁷⁴

Mengenai hambatan dalam mencapai target Bapak Bambang

Irawan menambahkan :

Hambatan yang kami hadapi banyak sekali di lapangan akan tetapi yang paling utama adalah alokasi dana yang minim sehingga promosi yang kami lakukan sangat terbatas. Tetapi kami selalu memanfaatkan yang ada dengan baik.⁷⁵

Penuturan senada juga dilontarkan oleh Bapak Subandi :

Dalam setiap kegiatan pasti ada hambatannya. Hambatan dalam pencapaian target adalah minimnya dana yang diberikan sehingga media promosi yang dipakai sangat terbatas.⁷⁶

Hal tersebut juga dituturkan oleh Ibu Fety Dasawati :

Hambatan utamanya adalah dana, kelihatannya memang klasik, akan tetapi itulah kenyataannya. Dana untuk promosi kita memang sangat terbatas sementara biaya untuk promosi sangat mahal. Dengan minimnya dana yang dianggarkan kepada kami membuat program kerja sedikit terhambat.⁷⁷

⁷⁴Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 12 Mei 2008.

⁷⁵Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 12 Mei 2008.

⁷⁶Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Senin, Tanggal 12 Mei 2008.

⁷⁷Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 12 Mei 2008.

Alokasi dana merupakan hambatan utama divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam melakukan kegiatannya. Dengan dana yang minim tersebut berarti juga terbatasnya kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh divisi HUMAS dalam menjalankan program kerjanya. Termasuk di dalamnya program kerja HUMAS dalam melakukan strategi media relations dan juga promosi yang dilakukan untuk mempengaruhi khalayak.

Dalam kegiatan promosi memang membutuhkan dana yang besar. Apabila pemerintah tidak mampu membiayai, maka dapat dilakukan kerjasama dengan perusahaan – perusahaan yang memiliki kepentingan yang sama. Dengan menjalin kerjasama dengan pihak swasta yang mau membantu dan berpartisipasi dalam mempromosikan potensi pariwisata di Kabupaten Mojokerto maka program Dinas Pariwisata dan kebudayaan dalam memajukan kepariwisataan daerah akan terbantu.

Berkaitan dengan minimnya dana yang dianggarkan Bapak

Bambang Irawan menambahkan bahwa :

Dengan dana yang terbatas maka media yang kami gunakan untuk promosi juga terbatas, padahal kami ingin mencapai wisatawan luar negeri dan salah satu caranya adalah dengan pembuatan Web – Site akan tetapi sampai saat ini kami belum bisa mewujudkannya.

Terbatasnya media promosi yang digunakan menyebabkan penyampaian pesan tidak maksimal. Banyak wisatawan local yang belum mseutuhnya mengenal obyek – obyek wisata yang ada di Mojokerto apalagi wisatawan internasional yang juga tidak mengenal potensi wisata di daerah Mojokerto. Kedepannya diharapkan promosi yang dilakukan tidak hanya

menggunakan media local akan tetapi lebih pada media yang dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas seperti internet.⁷⁸

Tentang siapa saja yang terlibat dalam penentuan target strategi media relation menurut Bapak Bambang Purbantoro :

Dalam penentuan strategi yang akan dipilih secara umum dilakukan rapat – rapat untuk membahasnya dimana rapat diikuti oleh Kepala Dinas dan Kasubdin pemasaran beserta seluruh stafnya.⁷⁹

Target strategi media relations dari penjelasan – penjelasan sebelumnya dapat disimpulka bahwa targetnya adalah meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung dan dikenalnya potensi pariwisata daerah Kabupaten Mojokerto oleh khalayak luas. Dengan terjalinnya hubungan yang baik dengan media diharapkan media turut berpartisipasi dalam mempromosikan pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto.

Dari penjelasan di atas tampaknya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto kurang focus dalam menetapkan strateginya, dalam memperkenalkan potensi pariwisata misalnya ada baiknya memilih potensi wisata yang sudah terkenal sehingga mampu menjadi potensi wisata unggulan dan identitas Kabupaten Mojokerto, seperti situs Trowulan sehingga masyarakat akan lebih mudah tertarik dari wisata tersebut maka akan lebih mudah bagi potensi – potensi wisata yang lain untuk bisa dikenal oleh masyarakat.

⁷⁸Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 12 Mei 2008.

⁷⁹Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Senin, Tanggal 12 Mei 2008.

Dalam upaya mewujudkan suatu wilayah sebagai tujuan wisata, perlu dikembangkan upaya – upaya pemberdayaan seluruh potensi yang ada untuk ditampilkan sebagai atraksi wisata. Untuk itu perlu dilakukan eksplorasi kreatif guna mengenali potensi yang lain yang terpendam. Upaya ini dimaksudkan agar dapat memperkaya khasanah daya tarik wisata. Tingkat keanekaragaman daya tarik akan sangat penting artinya bagi kelangsungan industri pariwisata pada suatu daerah. Semakin banyak daya tarik yang ditawarkan akan semakin banyak pangsa yang akan dirambah dan akan lebih mempunyai peluang “memaksa” wisatawan untuk tinggal lebih lama pada suatu tempat.

Agar kegiatan promosi yang dilakukan divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto itu dapat memotivasi media massa untuk ikut berpartisipasi maka divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Mojokerto perlu melakukan usaha – usaha, antara lain :

- 1) Memperoleh atau menumbuhkan goodwill (kemauan baik), under hunting (saling pengertian, simpati, dan dukungan terhadap organisasi yang diwakilinya).
- 2) Untuk mengatasi konflik yang menimbulkan antara organisasi dengan publik – publiknya, dilakukan berbagai usaha, antara lain dengan menerapkan konsep – konsep humas. Intinya adalah, mengusahakan adanya komunikasi timbal balik, antara organisasi

dengan publik – publik yang berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap kelangsungan organisasi, agar publik – publik tersebut mendukung organisasi.⁸⁰

Peranan yang ditunjukkan di atas memberikan makna bahwa secara dinamis divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto telah melaksanakan hak dan kewajiban dalam kedudukannya sebagai komunikator yang menghubungkan pemerintah dengan publiknya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai keberhasilan dalam melaksanakan target media relation diperlukan partisipasi secara optimal dari divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada dan juga dukungan dari media massa dalam menjangkau khalayak luas. Maka kerjasama yang baik antara kedua belah pihak akan sangat membantu peningkatan citra pariwisata Kabupaten Mojokerto.

c. Metode Strategi Media Relations dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata

Dalam rangka mempromosikan potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten

⁸⁰ Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations dalam Manajemen*,.....h. 53.

Mojokerto yang bekerja sama dengan media. Agar menunjang keberhasilan promosi yang dilakukan maka divisi HUMAS harus mempunyai strategi dalam berhubungan dengan media. Adapun strategi media relation yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisatanya yaitu dengan metode :

1) Mengelola relasi

Melalui relasi suatu organisasi dapat berkomunikasi dengan publik – publiknya. Membangun relasi yang baik dengan media adalah salah satu cara agar Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Mojokerto dapat berkomunikasi dengan publik – publiknya. Karena itu dalam kegiatan dalam media relation sangat penting untuk dapat mengelola relasi dengan media massa. Mengelola relasi dengan media massa dilakukan dengan dua bentuk yakni relasi tugas dan relasi pribadi. Mengelola relasi tugas dengan adanya hubungan dengan dunia kerja, sedangkan mengelola relasi pribadi lebih kepada hubungan antar manusia atau sifatnya lepas dari hubungan tugas. Mengenai mengelola relasi sebagai salah satu metode dalam strategi media relation yang diterapkan berikut ini wawancara dengan Bapak Bambang Purbantoro :

Kalau saya memang mempunyai hubungan khusus dengan para wartawan, karena saya merasa kita saling membutuhkan ya. Diluar jam kerja kita sering makan bareng, atau sekedar ngopi – ngopi diwarung. Saya juga sering berhubungan melalui telephone atau sms untuk sekedar saling memberi kabar dan

sampai pada curhat – curhatan.⁸¹

Hal senada juga dituturkan oleh Bapak Bambang Irawan :

Sebenarnya hubungan yang sifatnya kedinasan sangat kecil sekali untuk menciptakan hubungan yang harmonis diantara kami. Jadi, untuk itu perlu adanya hubungan di luar dinas, saat ini saya dan para wartawan pada waktu – waktu tertentu sering ngumpul – ngumpul bareng untuk makan bersama terkadang mereka juga berkunjung ke rumah saya, pokoknya kami sudah akrab lah.⁸²

Adapun pendapat dari Bapak Subandi :

Di luar hubungan pekerjaan saya juga memiliki hubungan pribadi dengan para wartawan, misalnya dengan berhubungan melalui telepon untuk ngobrol sampai silaturahmi saat lebaran. Menurut saya hubungan ini bersifat saling membutuhkan ya jadi harus tetap di jaga.⁸³

Lebih jauh menurut Bapak Bambang Purbantoro strategi dalam menjalin hubungan dengan media tersebut dilakukan baik secara formal maupun non formal. Secara formal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mengajukan permohonan kerjasama atau sebaliknya, juga melakukan kunjungan – kunjungan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto kepada mass media ataupun sebaliknya. Dan secara non formal misalnya mengadakan olah raga dan ngopi bersama atau kegiatan – kegiatan yang juga terjadwalkan seperti acara olah raga yang selalu diadakan setiap hari kemerdekaan.

⁸¹ Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

⁸² Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

⁸³ Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

Mengenai strategi apa yang diterapkan divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mengelola

relasi dan berhubungan dengan media Bapak Bambang Purbantoro
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
menambahkan :

Selain menjalin hubungan pribadi dengan para wartawan dalam menjalin hubungan dengan media kami juga menerapkan hubungan kemitraan, dengan memperlakukan media mssa sebagai mitra saya rasa kami akan bersama – sama menghargai profesinya masing – masing dan saling percaya tentunya.⁸⁴

Mengenai hal tersebut Bapak Bambang Irawan menambahkan :

Kami memperlakukan para wartawan sebagai mitra, terjalin pada bentuk – bentuk dari kemitraan yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, diantaranya :

- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mempunyai acara sementara pihak media menjadi sponsor acara tersebut. Acara – acara ini biasanya sudah bersifat rutin seperti pemilihan Gus dan Yuk Mojokerto.
- Pihak swasta dan pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto berkolaborasi mengadakan acara bersama seperti gebyar – gebyar hiburan di tempat – tempat wisata pada hari – hari libur seperti hari natal, lebaran, dan hari libur nasional.⁸⁵

Mengenai strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam menjalin hubungan dengan

media pendapat dari Bapak Subandi :

Dengan menerapkan hubungan kemitraan maka antara kami dan parawartawan bisa saling menghormati dan menghargai profesi masing – masing, misalnya di luar tugas kami bisa sangat akrab akan tetapi pada saat kita bertugas kita serius dalam melaksanakannya.⁸⁶

⁸⁴Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

⁸⁵Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

⁸⁶Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

Hal senada diutarakan oleh Ibu Fety Dasawati :

Dalam membina hubungan dengan media kami menerapkan hubungan kemitraan jadi kami memperlakukan wartawan media sebagai mitra kerja atau pasangan kerja kami, jadi satu sama lain akan saling membutuhkan.⁸⁷

Bapak Bambang Purbantoro juga menjelaskan dalam rangka menjaga hubungan yang baik dengan insan media khususnya wartawan dan juga pemilik media yang ada di Kabupaten Mojokerto yang telah terjalin dengan pertemuan – pertemuan, antara lain :

Setiap hari apabila ada wartawan atau pemilik media yang berkunjung di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto untuk mencari informasi dan terjadi perbincangan. Bertemu secara informal pada acara – acara yang diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dan media massa yang ada di Kabupaten Mojokerto.⁸⁸

Hubungan kemitraan yang diterapkan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto merupakan langkah yang tepat dalam menjalin hubungan yang harmonis dengan insan media. Dari hal tersebut bisa dijelaskan bahwa metode yang ditempuh oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam melaksanakan strategi media relation yang telah ditetapkan perlu di dukung dengan adanya hubungan yang baik dengan wartawan karena hubungan keduanya bersifat saling membutuhkan. Dengan hubungan antara keduanya saling mebutuhkan

⁸⁷Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Rabu, Tanggal 15 Mei 2008.

⁸⁸Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Rabu, Tanggal 15 Mei 2008.

dan saling menguntungkan maka divisi HUMAS dapat mempromosikan pariwisatanya melalui bantuan media, sedangkan para wartawan senantiasa membutuhkan berita untuk bahan tulisan mereka.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Sebagai contoh pada saat penulis melihat acara konferensi pers yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam rangka akan di gelarnya acara festival seni dan budaya Majapahit 2008, dimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mengundang seluruh masyarakat untuk berpartisipasi. Dalam konferensi pers ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto yang mengundang media massa jawa timur. Pada saat konferensi pers nampak jelas keterlibatan wartawan baik cetak maupun elektronik yang turut serta meliput kegiatan tersebut dan mensukseskannya. Setelah konferensi pers diadakan acara makan siang bersama semua pendukung acara, dari acara makan siang tersebut bisa dilihat dari petugas HUMAS dengan wartawan terlibat pembicaraan yang sangat akrab yang diselingi dengan candaan – candaan yang mencerminkan bahwa hubungan kemitraan antara keduanya sudah terjalin akrab dan cukup lama.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2) Mengembangkan strategi

Strategi yang digunakan dalam membina hubungan yang baik dengan media harus terus dikembangkan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto agar

hubungan kerjasama dengan media massa akan selalu berjalan lancar. Dalam mengembangkan strategi yang dimiliki maka

diperlukan prinsip yang harus dikembangkan, mengenai hal itu

berikut wawancara dengan Bapak Bambang Purbantoro :

Dalam melakukan strategi hubungan dengan media maka ada beberapa prinsip umum yang perlu dikembangkan. Prinsip – prinsip tersebut, antara lain :

- Memahami dan melayani media

Dengan bekal pengetahuan dan pengalaman maka kami sebagai HUMAS dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus mampu menjalin hubungan kerja yang baik dengan media massa dengan cara memahami dan melayani keinginan media. Hubungan yang sudah berjalan lancar, maka akan sangat menguntungkan bagi kita untuk bekerja sama.

- Membangun reputasi sebagai orang yang dipercaya

Kami harus mampu senantiasa memberikan informasi yang akurat kapan saja dan dimana saja, dengan itu kita dapat dipercaya dengan insan pers.

- Menyediakan salinan yang lebih baik

Misalnya dengan menyediakan reproduksi foto – foto dan juga film tentang obyek wisata yang baik dan tidak mengecewakan.

- Bekerjasama dalam menyediakan materi

Dalam kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mengikut sertakan wartawan media.

- Menyediakan fasilitas verifikasi

Dalam setiap kegiatan dalam rangka promosi pariwisata yang dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto selalu memberikan kesempatan pada insan pers untuk melakukan verifikasi atau pembuktian kebenaran.

- Membangun hubungan personal yang kokoh

Dalam menjalin hubungan dengan insan pers divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto berusaha untuk selalu terbuka, jujur, saling bekerja sama dan saling menghormati.⁸⁹

⁸⁹Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

Rencana pengembangan strategi yang dikemukakan oleh Bapak Bambang tersebut di atas merupakan suatu rencana yang baik dan sudah selengkap untuk dilaksanakan dalam rangka menjalin hubungan baik dengan media massa. Dengan demikian dalam upaya membina dan memantapkan hubungan dengan media Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus menjadi mitra yang baik juga bagi insan pers yaitu wartawan. Dan hal itu memerlukan kemampuan dari divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto sendiri dalam melaksanakannya, divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus mempunyai sumber daya manusia yang bertanggung jawab dan juga memaksimalkan kegunaan dari dana yang dimiliki demi mewujudkan rencana pengembangan strategi tersebut.

Di samping taktik yang dikembangkan dalam menjalin hubungan dengan media massa, dari data yang terkumpul dari divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto bahwa bentuk – bentuk hubungan yang dikembangkan dalam upaya untuk memantapkan dan membina hubungan dengan media massa adalah dengan cara, sebagai berikut :

- 1) *Press Release*, yaitu melalui tulisan atau lembaran siaran berita yang diberikan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto kepada pers. Penggunaan press release dalam

membuat berita merupakan cara yang tepat dan efisien, karena divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto membuat tulisan yang siap dimuat oleh media. Divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mengirimkam prcs release pada media cetak yaitu surat kabar mingguan LACAK, karena Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojoerto melakukan kerjasama dalam bentuk perjanjian dengan surat kabar LACAK yang dimulai pada bulan April 2007 sampai dengan bulan Juni 2007. Kerjasama yang dilakukan dalam rangka meningkatkan pariwisata di wilayah Kabupaten Mojokerto berupa pembuatan media promosi pariwisata yang menarik berbentuk penerbitan dalam surat kabar mingguan LACAK.

- 2) *Press Tour*, yaitu merupakan acara kunjungan wisata yang diadakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dengan mengundang wartawan media untuk menikmati obyek wisata di Kabupaten Mojokerto. Melalui kegiatan wisata tersebut maka wartawan akan meliput dan memberitakan kegiatan maupun obyek wisata yang dikunjungi. Divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto untuk bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Propinsi mengadakan kegiatan Press Tour pada tanggal 24 sampai dengan 26 Juli 2007 di Kabupaten Mojokerto, kota

Batu, dan Kabupaten Pasuruan yang diikuti oleh 20 orang wartawan media cetak dalam rangka mengenalkan dan mempromosikan pengembangan desa wisata kepada masyarakat luas melalui media. Dengan tema “Peluang Pengembangan Desa Wisata dalam Meningkatkan Perekonomiannya Berbasis Masyarakat.”

- 3) *Press Conference*, yaitu merupakan kegiatan hubungan pers, kegiatan ini dilakukan dengan mengadakan pertemuan dengan para wartawan, biasanya dilakukan menjelang atau setelah terjadi peristiwa penting. Kegiatan konferensi pers dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto apabila terjadi pemberitaan yang tidak benar muncul di berbagai media, berkaitan dengan potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto. Konferensi pers ini tidak selalu dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto, mengingat wewenang tertinggi adalah Bupati Mojokerto atau bisa juga dilakukan oleh Kepala daerah misalnya Gubernur Jawa Timur, seperti telah terjadi bencana banjir Lumpur di daerah wisata Pacet pada tahun 2002 dan sudah dinyatakan di buka kembali pada tahun 2003, maka untuk memperoleh kembali rasa kepercayaan masyarakat maka dilakukan konferensi pers oleh Gubernur Jawa Timur. Dalam

mengadakan konferensi pers yang memfalisitasi adalah petugas HUMAS sendiri.

Berbagai bentuk aktivitas yang dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam membina hubungan dengan media massa merupakan solusi yang baik dalam mempromosikan potensi pariwisata. Dalam menyelenggarakan kegiatan yang melibatkan pers, divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto menyediakan materi berita yang menarik sehingga media massa akan tertarik untuk meliput berita tersebut maka usaha mempromosikan potensi pariwisata dapat berjalan lancar.

3) Mengembangkan jaringan

Mengembangkan jaringan merupakan aspek pokok dalam menjalin hubungan dengan media, karena semakin luas jaringan media yang dipilih dalam mempromosikan potensi pariwisata maka akan semakin luas khalayak yang akan di jangkau oleh media tersebut.

Menurut Agoglia bahwa pada awalnya membuka relasi dengan para wartawan local lalu berkembang mengembangkan relasi dengan wartawan nasional.⁹⁰ Relasi dengan wartawan

⁹⁰ Yosol.Iriantara, *Media Relation*,.....h. 102.

tersebut akan membuka peluang bagi praktisi PR untuk menjadi sumber berita. Hal ini yang pada gilirannya akan membuat kegiatan – kegiatan pada program media relation yang akhirnya akan mendapatkan perhatian dari media massa. Intinya dalam pandangan Agloglia, dapat membuka jaringan relasi dengan media massa itu adalah untuk melapangkan jalan mendapatkan perhatian media massa. Dengan demikian membuka dan memperluas jaringan pada dasarnya merupakan bagian dari upaya kita untuk membangun hubungan yang baik dengan media massa.

Jadi berdasarkan definisi di atas dengan membuka dan memperluas jaringan pada dasarnya merupakan bagian dari upaya kita membangun hubungan baik dengan media (media relation). Mengenai hal tersebut, berikut penuturan dari Bapak Bambang Purbantoro :

Kami memang selalu berusaha untuk memperluas jaringan, baik itu dengan Dinas Pariwisata Jawa Timur bahkan Indonesia juga dengan organisasi kewartawanan di Indonesia, khusus dengan wartawan saat ini kami masih berhubungan dengan PWI yang pasti jaringannya juga seluruh Indonesia.⁹¹

Hal senada juga dikatakan oleh Bapak Bambang Irawan :

Kami memiliki kontak dengan organisasi kewartawanan PWI tapi sampai saat ini hubungannya masih sebatas pekerjaan kalau untuk kedekatan masih belum.⁹²

⁹¹Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

⁹²Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

Hal tersebut juga ditambahkan oleh Bapak Subandi dan Ibu Fety Dasawati :

Dalam mengembangkan jaringan kami menjalin hubungan dengan PWI.

Berdasarkan penuturan informan di atas dalam mengembangkan jaringan divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto hanya memiliki kontak dengan organisasi kewartawanan yaitu PWI (Persatuan Wartawan Indonesia). Dari pernyataan tersebut dapat dijabarkan bahwa dengan hanya memiliki kontak dengan satu organisasi kewartawanan dan tidak melakukan hubungan secara berkesinambungan maka strategi mengembangkan jaringan yang dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto tidak maksimal. Mengembangkan jaringan relasi dengan media massa yang lebih luas itu adalah untuk melapangkan jalan mendapatkan perhatian media massa, akan tetapi kalau dalam prosesnya hanya membuka jaringan relasi tanpa membangun hubungan yang harmonis dengan media lain yang lebih luas cakupannya maka kegiatan memperkenalkan potensi pariwisata kepada khalayak yang lebih luas lagi maka tidak akan mudah untuk diwujudkan.

Dari pernyataan di atas ada tiga metode strategi media

⁹³Wawancara Dengan Subandi dan Fety Dasawati, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

relation yang dilakukan oleh divisi HUMAS Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata yaitu mengelola relasi yang baik dengan media massa dengan menerapkan hubungan kemitraan, mengembangkan strategi dengan saling mendukung serta bekerja sama dengan media massa, dan mengembangkan jaringan dengan membina hubungan dengan organisasi kewartawanan PWI.

Mengenai pelaksanaan atau penerapan metode yang dipilih tersebut sejauh ini tidak ada hambatan berarti seperti yang dikemukakan oleh Bapak Bambang Purbantoro :

Sejauh ini pelaksanaannya lancar – lancar saja artinya metode strategi media relation yang kita tetapkan itu sudah bisa diterapkan dengan baik. Kelancaran ini tentu datangnya dari kedua belah pihak yaitu Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Mojokerto dan insan pers sendiri yang saling menghormati sama lain.⁹⁴

Hal senada dengan Bapak Bambang Irawan :

Metode strategi media relation yang telah dibuat sejauh ini sudah bisa kami laksanakan dengan baik, walaupun mengenai pengembangan jaringan kami tidak maksimal akan tetapi kami sudah merangkul berbagai media baik cetak maupun elektronik dalam mempromosikan potensi pariwisata, dan kami akan tetap berusaha mengembangkan jaringan media lain.⁹⁵

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Subandi :

Penerapan metode strategi media relation sejauh ini lancar – lancar saja, kami sudah melakukan sebaik mungkin.⁹⁶

⁹⁴Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

⁹⁵Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

⁹⁶Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

Berikut pendapat dari Ibu Fety Dasawati :

Metode strategi hubungan pers yang kami laksanakan sampai saat ini mendapat dukungan penuh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dan juga media massa yang sudah menjadi mitra kami, akan tetapi kami akan selalu berusaha untuk meningkatkan hubungan dengan insane pers agar kerjasama kami dapat maksimal.⁹⁷

Penerapan metode strategi yang tepat dan efektif merupakan aspek penunjang dalam mencapai tujuan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto. Mengenai strategi apa yang harus dipilih maka harus pula diperhatikan sumber daya yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam melaksanakan tahap – tahap yang sudah ditetapkan. Sekalipun saat ini hubungan dengan media massa yang dipilih akan terjalin dengan baik, akan tetapi perlu ada upaya untuk membina hubungan yang telah terjaga selama ini agar lebih harmonis, sehingga hubungan yang dibina dapat berlangsung dengan awet meskipun terjadi pergantian personel baik dari divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto maupun dari insane pers yang dijadikan mitra.

Mengenai tingkat efektifitas tiap metode yang digunakan, divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mempunyai jawaban, berikut wawancara dengan Bapak Bambang Purbantoro :

⁹⁷Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 15 Mei 2008.

Sebenarnya sebuah metode dapat dikatakan efektif apabila metode yang ingin kami terapkan dapat diterima dengan baik oleh media massa dan selanjutnya dapat diaktualisasikan dengan baik pula. Sejauh ini metode yang pilih dan kami terapkan sangat efektif ya dalam usaha menjalin hubungan dengan media massa.⁹⁸

Hal senada dituturkan oleh Bapak Subandi dan Ibu Fety Dasawati :

Semua metode yang kami terapkan sangat efektif dalam hubungannya dengan media, karena tanggapan dari media massa yang ada sangat positif.⁹⁹

Berdasarkan penuturan para informan tersebut sebenarnya sesuatu dapat dikatakan efektif apabila pesan yang ingin disampaikan oleh pengirim dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan selanjutnya diaktualisasi dan dapat respon positif. Begitu pula dengan efektifitas metode strategi media relation yang diterapkan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dapat dikatakan maksimal apabila dapat diaktualisasikan oleh media massa yang menjadi mitra kerja dalam rangka mempromosikan potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto. Dan mendapat respon positif dari masyarakat luas dan berdampak mempengaruhi masyarakat untuk mengunjungi obyek wisata yang dipromosikan melalui media massa tersebut.

d. Analisa Kelebihan dan Kekurangan Strategi Media Relation dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata

⁹⁸Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

⁹⁹Wawancara Dengan Subandi dan Fety Dasawati, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

Setiap lembaga baik itu milik pemerintah atau milik swasta dapat memiliki kekurangan selain kelebihan yang dimiliki. Divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mempunyai persepsi bahwa kekurangan dalam sebuah lembaga adalah sesuatu yang wajar. Begitu juga dengan kelebihan dan kekurangan dari strategi yang telah ditetapkan bersama, semua itu bergantung pada kita yang menyikapinya dan cara kita untuk menindaklanjuti agar nantinya dapat dijadikan sebuah pelajaran.

Mengenai apa saja kelebihan dari strategi media relation dalam usaha mempromosikan potensi pariwisata yang sudah diterapkan berikut pendapat dari Bapak Bambang Purbantoro :

Kelebihannya tentu saja banyak sekali diantaranya adalah promosi pariwisata yang kami lakukan berjalan dengan lancar, kami juga mempunyai hubungan yang baik dengan media massa yang menjadi mitra kami dalam memajukan kepariwisataan Mojokerto dan tentu saja tujuan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dapat tercapai.¹⁰⁰

Wawancara dengan Bapak Bambang Irawan :

Kelebihannya strategi yang kita terapkan dalam menjalin hubungan dengan media tentu saja adalah promosi potensi pariwisata daerah Mojokerto bisa mencapai target yang diinginkan.¹⁰¹

Hal senada diungkapkan oleh Bapak Subandi dan Ibu Fety Dasawati :

¹⁰⁰Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

¹⁰¹Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

Kelebihannya adalah dengan adanya strategi media relation dalam mempromosikan pariwisata merupakan tujuan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dapat tercapai.¹⁰²

Berkaitan dengan kelebihan dari strategi media relations yang telah ditetapkan dalam mempromosikan potensi pariwisata divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto sepakat bahwa akan tercapainya tujuan yang diinginkan yaitu dikenalnya potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto melalui media massa.

Membina hubungan pers memang penting karena antara pengelola media dan divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto sebenarnya saling membutuhkan sehingga wajar saja bila mereka berhubungan dengan baik. Dari penjelasan tersebut yang terpenting dalam menjalani hubungan adalah dilihat dari tingkat kebutuhan dari dinas, apabila kebutuhan dari dinas sudah tercukupi, artinya apa yang ingin disampaikan telah sampai dengan baik kepada masyarakat ini dapat dijadikan sebagai kelebihan melakukan hubungan pers. Kelebihan lain dari media relations justru pada sisi pendanaan, karena menjaga hubungan tidak memerlukan biaya yang besar melainkan memerlukan kepribadian yang hangat sehingga tercipta rasa saling menghormati antara divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dengan wartawan media.

¹⁰²Wawancara Dengan Subandi dan Fety Dasawati, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

Sedangkan mengenai kekurangannya wawancara dengan Bapak

Bambang Purbantoro :

Kekurangan atau kelebihan dalam sebuah strategi yang dibuat itu wajar mengingat itu melibatkan banyak hal, mengenai kekurangan dari strategi hubungan pers yang kami lakukan adalah dukungan dana yang memadai agar kami dapat maksimal dalam bekerja, mengingat promosi melalui media butuh biaya yang tidak sedikit. Berhubungan dengan media juga kan tidak hanya acara formal saja justru untuk menciptakan rasa percaya antara kami dan insane pers diperlukan pertemuan di luar jam kerja secara informal tentunya, hal itu perlu juga di dukung dengan waktu luang yang cukup.¹⁰³

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bapak Bambang Irawan :

Kekurangan yang selama ini dirasakan dana yang terbatas saja, tetapi dengan dana yang terbatas tadi bisa kita manfaatkan dengan maksimal dan itu bisa jadi kelebihan.¹⁰⁴

Menurut Bapak Subandi adalah sebagai berikut :

Kekurangannya kegiatan kita terganjal oleh dana yang minim, jadi media yang diinginkan tidak sepenuhnya bisa diajak bekerja sama.¹⁰⁵

Sedangkan menurut Ibu Fety Dasawati :

Kekurangan dana yang minim.¹⁰⁶

Berkaitan dengan kekurangan pada strategi media relations

yang diterapkan dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada di

Kabupaten Mojokerto para informan sepakat bahwa dana yang terbatas

membuat kegiatan promosi tidak bisa dilakukan dengan

¹⁰³Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

¹⁰⁴Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

¹⁰⁵Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

¹⁰⁶Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

memaksimalkan waktu yang dibutuhkan diluar jam kerja. Tetapi dalam menyikapi kekurangan yang dirasakan divisi HUMAS yang mempunyai cara khusus untuk mengantisipasi kekurangan tersebut. Berikut wawancara dengan Bapak Bambang Purbantoro mengenai upaya dalam mengatasi kekurangan untuk menjalin hubungan dengan media :

Untuk mengatasi kekurangan yang kami rasakan dalam strategi media relation yang kami lakukan adalah dengan memaksimalkan dana yang kami punya dan menjalin hubungan kemitraan itu maka kepercayaan diantara kami akan mudah terjalin dan promosi pariwisata akan lebih mudah dilakukan, terkadang ada wartawan yang memberitakan tentang keparwisataan Mojokerto tanpa memungut biaya.¹⁰⁷

Wawancara menurut Bapak Bambang Irawan :

Dalam menyikapi kekurangan yang ada pada strategi media relation yang kami lakukan dalam rangka mempromosikan potensi pariwisata dengan cara menjalin hubungan kemitraan dengan wartawan, juga sering melakukan kerjasama. Jadi, kegiatan promosi dapat dilakukan dengan baik dengan adanya hubungan yang baik..¹⁰⁸

Menurut Bapak Subandi :

Upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mengatasi kekurangan dalam usaha menjalin hubungan dengan media dengan cara menerapkan hubungan kemitraan. Dengan cara memperlakukan para wartawan sebagai mitra maka kegiatan promosi dengan dana yang minim dapat dilakukan dengan maksimal karena timbul rasa saling pengertian terhadap kekurangan yang kami punya.¹⁰⁹

¹⁰⁷ Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

¹⁰⁸ Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

¹⁰⁹ Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Fety Dasawati :

Dengan cara membina rasa saling pengertian melalui hubungan kemitraan, dengan cara saling melakukan kerjasama dengan media yang ada.¹¹⁰

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Berkaitan dengan kekurangan yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto, divisi HUMAS sepakat dalam strategi media relations yang telah ditetapkan upaya kemitraan dengan para insan pers yaitu wartawan. Melalui hubungan kemitraan maka rasa saling pengertian dapat terwujud dengan begitu media akan mengerti akan keterbatasan dana yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto.

Dengan sering bekerjasama dengan media yang dipilih juga salah satu upaya untuk mengatasi kekurangan yang dirasa, dengan kerjasama secara berkesinambungan maka rasa saling percaya akan terbentuk. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa hubungan kemitraan yang diterapkan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam menjalin hubungan dengan wartawan mampu mengurangi keterbatasan lembaga dalam rangka mempromosikan potensi pariwisata melalui media. Dengan hal itu maka akan baik bagi pemberitaan mengenai kepariwisataan yang ada di Kabupaten Mojokerto ini secara otomatis kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

¹¹⁰Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

Mojokerto juga akan berjalan dengan lancar.

Hubungan yang telah terjalin baik harus dipertahankan agar

kepentingan kedua belah pihak dapat terwujud. Hubungan antara

Devisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten

Mojokerto dengan media selama ini sudah terjalin dengan baik,

terbukti dengan kerjasama yang berkesinambungan sampai saat ini.

Bagaimana cara mempertahankan hubungan dengan media yang

dipilih selama ini, berikut petikan wawancara dengan Bapak Bambang

Purbantoro :

Mempertahankan hubungan dengan media yang sudah ada dengan cara saling menghormati dan menjaga harmonisasi hubungan dengan wartawan baik secara formal maupun informal, kami juga berusaha untuk selalu memberikan informasi yang diinginkan oleh wartawan. Agar hubungan dengan media dapat terjaga atau lebih meningkat lagi.¹¹¹

Sedangkan cara mempertahankan hubungan dengan media

yang sudah ada selama ini menurut Bapak Bambang Irawan adalah

sebagai berikut :

Membina harmonisasi hubungan dengan cara berkunjung atau mengundang untuk ajang silaturahmi baik secara formal maupun non formal dan sering melakukan hubungan melalui handphone, kami juga sering ngumpul untuk ngopi bareng.¹¹²

Menurut Bapak Subandi sebagai berikut :

Cara untuk mempertahankan hubungan dengan media yang sudah ada selama ini adalah dilakukan dengan cara komunikasi terus menerus, karena dengan adanya komunikasi yang terus

¹¹¹ Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008

¹¹² Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

Berlangsung dengan sendirinya hubungan akan sulit terputuskan, dan hal ini adalah harus bisa dipertahankan oleh pihak Dinas demi untuk menjaga hubungan baik yang selama ini telah terjalin.¹¹³

Menurut ibu Fety Dasawati :

Cara untuk mempertahankan hubungan dengan media yang sudah ada selama ini adalah dengan cara lebih memperlancar hubungan yang sudah ada, saling menghormati dan saling mengetahui posisi dan kedudukan posisi masing – masing.¹¹⁴

Dari penuturan para informan di atas dapat dijelaskan bahwa dengan menjaga harmonisasi hubungan dengan media yang ada dan juga dengan memberikan kemudahan untuk memperoleh informasi berita seluas – luasnya maka hubungan dapat terjaga dengan baik dan juga kesalahpahaman diharapkan dapat dikurangi, sehingga kebiasaan media local yang suka menulis berita tidak berimbang dimana narasumber hanya satu orang atau dari satu pihak tanpa konfirmasi dari pihak lain yang kompeten dapat dihindari.

Mempertahankan hubungan dengan media diperlukan komunikasi yang lancar baik itu secara formal maupun informal. Hal itu dapat diwujudkan dengan silaturahmi yang baik antar keduanya, karena dengan adanya hubungan yang baik dapat menyatukan persepsi karena di antara keduanya memiliki kepentingan yang berbeda. Agenda media dengan agenda pemerintah lebih sering berbeda dari pada sama. Seperti soal memberitakan hal – hal yang buruk, bagi

¹¹³Wawancara Dengan Subandi, Selaku Kaseksi Pelayanan Informasi DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

¹¹⁴Wawancara Dengan Fety Dasawati, Selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

media sesuatu yang buruk adalah berita yang menarik. Bagi pemerintah mungkin itu bukan sesuatu yang seharusnya diberitakan.

Sehingga dengan adanya saling pengertian akan terjalin hubungan yang baik bukan berarti menutup – nutupi berita yang tidak baik akan tetapi pemberitaannya harus bimbang.

Untuk evaluasi kelebihan dan kekurangan strategi media relation pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto menurut Bapak Bambang Purbantoro :

Kewenangan ada di Kepala Dinas dan Bupati, mula – mula masing – masing menyampaikan laporannya kepada kepala dinas, diman disini selanjutnya dilakukan penilaian, evaluasi atas kinerja yang dilaporkan selanjutnya oleh Kepala Dinas laporan tersebut dilaporkan kepada Bupati.¹¹⁵

Lebih lanjut menurut Bapak Bambang Irawan evaluasi kelebihan dan kekurangan dilakukan, yaitu :

Sub dinas yang berwenang melaporkan kegiatan yang telah dilakukan kepada kepala dinas masing – masing yang selanjutnya diteruskan kepada pimpinan.

Pimpinan melakukan evaluasi atas kinerja bawahannya, memberikan teguran dan saran – saran untuk perbaikan.

Pembuatan laporan kepada Bupati sebagai bentuk pertanggung jawaban terhadap tugas yang diberikan.¹¹⁶

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Bambang Irawan, Bapak Subandi, dan Ibu Fety Dasawati :

¹¹⁵Wawancara Dengan Bambang Purbantoro, Selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

¹¹⁶Wawancara Dengan Bambang Irawan, Selaku Kaseksi Promosi Wisata DISPARBUD, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

Untuk melakukan evaluasi terhadap kelebihan dan kekurangan strategi media relation pada Dinas Pariwisata kewenangan ada di Kepala Dinas Parisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dan Bupati Kabupaten Mojokerto.¹¹⁷

Sehubungan dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Kabupaten Mojokerto maka media internet dapat dijadikan sebagai media pilihan untuk menjaga hubungan baik dengan wartawan misalnya dapat dilakukan melalui e-mail, jika seorang HUMAS mempunyai database alamat e-mail seorang wartawan akan lebih mudah dalam mengirimkan siaran pers.

Untuk tetap menjaga hubungan baik, anda bisa menyapa wartawan tersebut lewat e-mail menanyakan kabar wartawan tersebut dan kegiatan – kegiatan yang sedang dilakukan. Malah jika anda sudah sangat akrab dengan wartawan tersebut anda dapat melakukan wawancara atau konferensi dengan menggunakan Instant Messenger seperti Yahoo Mesenger, ICQ atau yang lainnya.

Keuntungan melakukan kegiatan media relation dengan internet adalah anda sebagai seorang HUMAS sangat memudahkan para kuli tinta tersebut melakukan pekerjaannya. Bayangannya jika mereka harus melakukan wawancara dengan mendatangi kantor anda, akan membuang waktu perjalanan yang cukup lama. Akan tetapi jika melakukan wawancara dengan melalui instan messenger, kerja para wartawan akan lebih mudah, hanya duduk di meja mereka, dan

¹¹⁷ Wawancara Dengan Subandi dan Fety Dasawati, Kamis, Tanggal 22 Mei 2008.

langsung dapat wawancara. Hasil wawancara langsung dapat di rangkum dalam bentuk teks yang dapat di format dalam bentuk

Microsoft Word.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

C. Temuan Penelitian

Peneliti telah melakukan penyajian data seperti yang telah dipaparkan sebelumnya. Maka peneliti menemukan beberapa hal yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata melalui media, yang berawal dari pengamatan penulis dalam melakukan penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto, sebagai berikut :

Strategi media relation Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto merupakan kebijakan atau taktik yang sudah ditetapkan oleh HUMAS dalam menjalin hubungan dengan media untuk mencapai sasaran dan tujuan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang diwakilinya dalam mempromosikan potensi pariwisata di Mojokerto. Keberadaan divisi

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

HUMAS dalam Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto tidak terlembaga, itu bisa dilihat bahwa dalam struktur organisasi tidak terdapat nama “HUMAS”. Namun dalam realitas kerjanya tidak luput dari kegiatan dan aktivitas kehumasan.

Dalam Dinas Pariwisata Kabupaten Mojokerto peran humasnya merupakan metode komunikasi yang tidak terlembagakan, akan tetapi terdapat suatu divisi yang melakukan rangkaian kegiatan komunikasi atau kegiatan kehumasan yaitu sub bagian pemasaran dan penyuluhan pariwisata

sesuai dengan fungsi kehumasan misalnya dalam hal promosi, pemasaran, perjalanan wisata, pemasangan iklan, pelayanan informasi (Tourist Informations Service), dan pelayanan media termasuk melakukan hubungan pers (media relation) serta hubungan dengan masyarakat.

Dalam mempromosikan potensi pariwisata melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus mempunyai strategi dalam berhubungan dengan media. Dimana strategi media relation yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto ini dalam strateginya untuk mencapai tujuan organisasi atau lembaga yang mana tujuan tersebut merupakan pelaksanaan program kerja yang sudah ditetapkan oleh pemerintah Kabupaten Mojokerto agar potensi pariwisata bias lebih dikenal oleh wisatawan sehingga akan memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) , antara lain :

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto yang berhubungan dan bekerja sama dengan media adalah dengan cara press release, press tour, dan press conference. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa dalam mempromosikan potensi pariwisata hubungan baik dengan media sangat diperlukan agar media massa tertarik untuk memberitakan potensi pariwisata melalui kegiatan – kegiatan promosi yang dilakukan.

Strategi lain juga dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan adalah mengadakan seminar. Hal lain yang bisa dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam memperoleh perhatian media misalnya dengan mengundang para pakar sejarah untuk

menjelaskan mengenai keistimewaan situs Trowulan sebagai peninggalan sejarah, lokakarya – lokakarya, mengundang pelajar dan mahasiswa ke tempat – tempat wisata yang ada di Kabupaten Mojokerto, dan lain – lain.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Untuk mencapai tujuan strategi yang telah ditetapkan untuk bekerja sama dengan media yang ada yaitu bekerja sama dengan media cetak seperti bekerja sama dengan Radar minggu, Jawa Pos, Harian Bangsa, sedangkan media elektronik radio (Wika FM, Maja FM, Satria FM) dan TV (JTV). Baik media cetak maupun media elektronik diikutsertakan dalam rangka mempromosikan potensi pariwisata. Hubungan baik dengan insan media juga harus di jaga agar kerjasama antar kedua pihak bisa dilakukan secara berkesinambungan. Maka dengan itu tujuan strategi media relation yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan maksimal.

HUMAS dalam melakukan komunikasi setidaknya ada 4 media yang digunakan dalam proses komunikasi, antara lain :

1) Media cetak yang diantaranya adalah buku, majalah, surat kabar, brosur, pamflet, dan lain – lain.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2) Media visual seperti foto, film, lukisan, televisi, pameran.

3) Media auditif seperti radio, tape recorder, telephone.

4) Media pertemuan seperti kongres, rapat umum.

Dengan tersedianya berbagai macam media komunikasi seperti disebutkan di atas, maka HUMAS sebagai komunikator dapat memilih media mana yang cocok untuk dipergunakan dalam menyampaikan

informasi sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Tidak ada media yang sempurna, semua memiliki kelebihan dan kekurangan, karena itu sebaiknya tidak hanya terpaku pada satu media, akan tetapi memanfaatkan seluruh media yang ada. Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa seluruh media sudah dipergunakan, namun tidak ada upaya untuk mengukur bagaimana efektifitas media yang digunakannya, bagaimana cakupan media yang digunakan dan terutama efeknya terhadap peningkatan wisatawan.

Semestinya agar pemilihan media tepat sasaran dapat dilakukan uji penggunaan masing – masing media terhadap efek pada peningkatan jumlah wisatawan. Selanjutnya, media – media yang dirasakan efektif dalam menarik minat wisatawan diteruskan dan dikembangkan kerjasamanya, sebaliknya yang kurang memberikan efek dapat diganti dengan mencari media – media baru. Sehingga dalam realitanya yang telah diterapkan strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata melalui media telah mengalami peningkatan kunjungan wisata dan peningkatan PAD setiap tahunnya. Sehingga dapat dijadikan sebuah acuan bahwa tujuan membangun hubungan dengan media dapat dikatakan berhasil.

Melalui relasi suatu organisasi dapat berkomunikasi dengan publik – publiknya. Membangun relasi yang baik dengan media adalah salah satu cara agar Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Mojokerto dapat

berkomunikasi dengan publik – publiknya. Karena itu dalam kegiatan dalam media relation sangat penting untuk dapat mengelola relasi dengan media massa. Mengelola relasi dengan media massa dilakukan dengan dua bentuk yakni relasi tugas dan relasi pribadi. Mengelola relasi tugas dengan adanya hubungan dengan dunia kerja, sedangkan mengelola relasi pribadi lebih kepada hubungan antar manusia atau sifatnya lepas dari hubungan tugas. Mengenai mengelola relasi sebagai salah satu metode dalam strategi media relation yang diterapkan yaitu makan bersama, ngopi bersama serta berkomunikasi melalui telephone atau hanphone untuk sekedar saling memberi kabar atau informasi.

Strategi dalam menjalin hubungan dengan media tersebut dilakukan baik secara formal maupun non formal. Secara formal Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mengajukan permohonan kerjasama atau sebaliknya, juga melakukan kunjungan – kunjungan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto kepada mass media ataupun sebaliknya. Dan secara non formal misalnya mengadakan olah raga dan ngopi bersama atau kegiatan – kegiatan yang juga terjadwalkan seperti acara olah raga yang selalu diadakan setiap hari kemerdekaan.

Strategi yang diterapkan divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mengelola relasi dan berhubungan dengan media diantaranya dengan menjalin hubungan kemitraan yang diterapkan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto yang merupakan langkah yang tepat dalam menjalin

hubungan yang harmonis dengan insan media. Dari hal tersebut bisa dijelaskan bahwa metode yang ditempuh oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam melaksanakan strategi media relation yang telah ditetapkan perlu di dukung dengan adanya hubungan yang baik dengan wartawan karena hubungan keduanya bersifat saling membutuhkan. Dengan hubungan antara keduanya saling membutuhkan. Dengan hubungan antara keduanya yang bersifat saling membutuhkan dan saling menguntungkan maka divisi HUMAS dapat mempromosikan pariwisatanya melalui bantuan media, sedangkan para wartawan senantiasa membutuhkan berita untuk bahan tulisan mereka.

Sebagai contoh pada saat penulis melihat acara konferensi pers yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam rangka akan di gelarnya acara festival seni dan budaya Majapahit 2008, dimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mengundang seluruh masyarakat untuk berpartisipasi. Dalam konferensi pers ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto yang mengundang media massa Jawa timur.

Pada saat konferensi pers nampak jelas keterlibatan wartawan baik cetak maupun elektronik yang turut serta meliput kegiatan tersebut dan mensukseskannya. Setelah konferensi pers diadakan acara makan siang bersama semua pendukung acara, dari acara makan siang tersebut bisa dilihat dari petugas HUMAS dengan wartawan terlibat pembicaraan yang sangat akrab yang diselingi dengan candaan – candaan yang mencerminkan

bahwa hubungan kemitraan antara keduanya sudah terjalin akrab dan cukup lama.

Strategi yang digunakan dalam membina hubungan yang baik dengan media harus terus dikembangkan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto agar hubungan kerjasama dengan media massa akan selalu berjalan lancar. Dalam mengembangkan strategi yang dimiliki maka diperlukan prinsip yang harus dikembangkan, diantaranya :

a. Memahami dan melayani media

Dengan berbekal pengetahuan dan pengalaman maka kami sebagai HUMAS dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus mampu menjalin hubungan kerja yang baik dengan media massa dengan cara memahami dan melayani keinginan media. Hubungan yang sudah berjalan lancara, maka akan sangat menguntungkan bagi kita untuk bekerja sama.

b. Membangun reputasi sebagai orang yang dipercaya

Kami harus mampu senantiasa memberikan informasi yang akurat kapan saja dan dimana saja, dengan itu kita dapat dipercaya dengan insan pers.

c. Menyediakan salinan yang lebih baik

Misalnya dengan menyediakan reproduksi foto – foto dan juga film tentang obyek wisata yang baik dan tidak mengecewakan.

d. Bekerjasama dalam menyediakan materi

Dalam kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mengikut sertakan wartawan media.

e. Menyediakan fasilitas verifikasi

Dalam setiap kegiatan dalam rangka promosi pariwisata yang dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto selalu memberikan kesempatan pada insan pers untuk melakukan verifikasi atau pembuktian kebenaran.

f. Membangun hubungan personal yang kokoh

Dalam menjalin hubungan dengan insan pers divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto berusaha untuk selalu terbuka, jujur, saling bekerja sama dan saling menghormati.”

Rencana pengembangan strategi tersebut merupakan suatu rencana yang baik dan sudah selayaknya untuk dilaksanakan dalam rangka menjalin hubungan baik dengan media massa. Dengan demikian dalam upaya membina dan memantapkan hubungan dengan media Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus menjadi mitra yang baik juga bagi insan pers yaitu wartawan. Dan hal itu memerlukan kemampuan dari divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto sendiri dalam melaksanakannya, divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus mempunyai sumber daya manusia yang bertanggung jawab dan juga memaksimalkan kegunaan dari dana yang dimiliki demi mewujudkan rencana pengembangan strategi tersebut.

Di samping taktik yang di kembangkan dalam menjalin hubungan dengan media massa, dari data yang terkumpul dari divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto bahwa bentuk – bentuk

hubungan yang dikembangkan dalam upaya untuk memantapkan dan membina hubungan dengan media massa adalah dengan cara, sebagai berikut :

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- 1) *Press Release*, yaitu melalui tulisan atau lembaran siaran berita yang diberikan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto kepada pers. Penggunaan press release dalam membuat berita merupakan cara yang tepat dan efisien, karena divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto membuat tulisan yang siap dimuat oleh media. Divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mengirimkam pres release pada media cetak yaitu surat kabar mingguan LACAK, karena Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojoerto melakukan kerjasama dalam bentuk perjanjian dengan surat kabar LACAK yang dimulai pada bulan April 2007 sampai dengan bulan Juni 2007. Kerjasama yang dilakukan dalam rangka meningkatkan pariwisata di wilayah Kabupaten Mojokerto berupa pembuatan media promosi pariwisata yang menarik berbentuk penerbitan dalam surat kabar mingguan LACAK.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- 2) *Press Tour*, yaitu merupakan acara kunjungan wisata yang diadakan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dengan mengundang wartawan media untuk menikmati obyek wisata di Kabupaten Mojokerto. Melalui kegiatan wisata tersebut maka wartawan akan meliput dan memberitakan kegiatan maupun obyek wisata yang dikunjungi. Divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Kabupaten Mojokerto untuk bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Propinsi mengadakan kegiatan Press Tour pada tanggal 24 sampai dengan 26 Juli 2007 di Kabupaten Mojokerto, kota Batu, dan Kabupaten Pasuruan yang diikuti oleh 20 orang wartawan media cetak dalam rangka mengenalkan dan mempromosikan pengembangan desa wisata kepada masyarakat luas melalui media. Dengan tema “Peluang Pengembangan Desa Wisata dalam Meningkatkan Perekonomiannya Berbasis Masyarakat.”

- 3) *Press Conference*, yaitu merupakan kegiatan hubungan pers, kegiatan ini dilakukan dengan mengadakan pertemuan dengan para wartawan, biasanya dilakukan menjelang atau setelah terjadi peristiwa penting. Kegiatan konferensi pers dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto apabila terjadi pemberitaan yang tidak benar muncul di berbagai media, berkaitan dengan potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto. Konferensi pers ini tidak selalu dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto, mengingat wewenang tertinggi adalah Bupati Mojokerto atau bisa juga dilakukan oleh Kepala daerah misalnya Gubernur Jawa Timur, seperti telah terjadi bencana banjir Lumpur di daerah wisata Pacet pada tahun 2002 dan sudah dinyatakan di buka kembali pada tahun 2003, maka untuk memperoleh kembali rasa kepercayaan masyarakat maka dilakukan konferensi pers oleh Gubernur Jawa Timur. Dalam

mengadakan konferensi pers yang memfalisitasi adalah petugas HUMAS sendiri.

Berbagai bentuk aktivitas yang dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam membina hubungan dengan media massa merupakan solusi yang baik dalam mempromosikan potensi pariwisata. Dalam menyelenggarakan kegiatan yang melibatkan pers, divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto menyediakan materi berita yang menarik sehingga media massa akan tertarik untuk meliput berita tersebut maka usaha mempromosikan potensi pariwisata dapat berjalan lancar.

Dalam mengembangkan jaringan divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto hanya memiliki kontak dengan organisasi kewartawanan yaitu PWI (Persatuan Wartawan Indonesia). Dari pernyataan tersebut dapat dijelaskan bahwa dengan hanya memiliki kontak dengan satu organisasi kewartawanan dan tidak melakukan hubungan secara berkesinambungan maka strategi mengembangkan jaringan yang dilakukan oleh divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto tidak maksimal. Mengembangkan jaringan relasi dengan media massa yang lebih luas itu adalah untuk melapangkan jalan mendapatkan perhatian media massa, akan tetapi kalau dalam prosesnya hanya membuka jaringan relasi tanpa membanguun hubungan yang harmonis dengan media lain yang lebih

luas cakupannya maka kegiatan memperkenalkan potensi pariwisata kepada khalayak yang lebih luas lagi maka tidak akan mudah untuk diwujudkan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Dari pernyataan di atas ada tiga metode strategi media relation yang dilakukan oleh divisi HUMAS Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata yaitu mengelola relasi yang baik dengan media massa dengan menerapkan hubungan kemitraan, mengembangkan strategi dengan saling mendukung serta bekerja sama dengan media massa, dan mengembangkan jaringan dengan membina hubungan dengan organisasi kewartawanan PWI.

D. Konfirmasi Temuan Penelitian Dengan Teori

1. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mempunyai tugas dan tujuan untuk memajukan serta mempromosikan potensi pariwisata agar potensi pariwisata Kabupaten Mojokerto lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga masyarakat mempunyai keinginan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Hal ini, dapat dilihat dari anggaran PAD yang mana setiap Tahunnya mengalami peningkatan dimana kunjungan wisatanya juga meningkat. Oleh karena itu, strategi promosi potensi pariwisata melalui media yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dapat dikatakan berhasil. Sesuai dengan Teori Belajar Persuasi.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Dalam Teori Belajar Persuasi yang sejajar dengan model S – R mengatakan bahwa suatu gabungan produk pesan yang diterima individu dan mengantari berbagai kekuatan di dalam individu yang bertindak berdasarkan pesan – pesan tersebut agar menghasilkan pesan – pesan persuasive.¹¹⁸

Teori S – R berusaha meramalkan perilaku seseorang secara tepat melalui pengetahuan stimulus dan respons yang dapat diamati. Menurut Hovland, Janis, dan Kelly (1953) pada tingkat tertentu Teori Belajar S – O – R menerima dalil beberapa keadaan motivasi internal yang harus “digerakkan” sehingga persuasi dapat dilangsungkan.¹¹⁹

2. Dalam strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata melalui media yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisata dan meningkatkan anggaran PAD (Pendapatan Asli Daerah). Tujuan strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam melakukan promosi dapat dikatakan berhasil. Dimana dalam melakukan kegiatan promosi diperlukan proses komunikasi, yakni untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan untuk bekerja sama dengan media yang ada adalah salah satu caranya. Baik media cetak maupun media elektronik diikutsertakan dalam rangka

¹¹⁸Dedy Djameluddin Malik dan Yosol Iriantara, *Komunikasi Persuasif*h. 15.

¹¹⁹Dedy Djameluddin Malik dan Yosol Iriantara, *Komunikasi Persuasif*..... h. 16.

mempromosikan potensi pariwisata. Hubungan baik dengan insan media juga harus di jaga agar kerjasama antar kedua pihak bisa dilakukan secara berkesinambungan. Maka dengan itu tujuan strategi media relation yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan maksimal.

HUMAS dalam melakukan komunikasi setidaknya ada 4 media yang digunakan dalam proses komunikasi, antara lain :

- a. Media cetak yang diantaranya adalah buku, majalah, surat kabar, brosur, pamflet, dan lain – lain.
- b. Media visual seperti foto, film, lukisan, televisi, pameran.
- c. Media auditif seperti radio, tape recorder, telephone.
- d. Media pertemuan seperti kongres, rapat umum.

Dengan tersedianya berbagai macam media komunikasi seperti disebutkan di atas, maka HUMAS sebagai komunikator dapat memilih media mana yang cocok untuk dipergunakan dalam menyampaikan informasi sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Tidak ada media yang sempurna, semua memiliki kelebihan dan kekurangan, karena itu sebaiknya tidak hanya terpaku pada satu media, akan tetapi memanfaatkan seluruh media yang ada. Dara hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa seluruh media sudah dipergunakan, namun tidak ada upaya untuk mengukur bagaimana efektifitas media yang digunakannya, bagaimana cakupan media yang digunakan dan terutama efeknya terhadap peningkatan wisatawan.

Semestinya agar pemilihan media tepat sasaran dapat dilakukan uji penggunaan masing – masing media terhadap efek pada peningkatan jumlah wisatawan. Selanjutnya, media – media yang dirasakan efektif dalam menarik minat wisatawan diteruskan dan dikembangkan kerjasamanya, sebaliknya yang kurang memberikan efek dapat diganti dengan mencari media – media baru.

Mengenai pencapaian yang sudah di dapat melalui strategi media relation yang telah dilakukan sampai saat ini dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan memang dapat dijadikan sebagai acuan bahwa tujuan membangun hubungan dengan media dapat dikatakan berhasil. Namun, tingkat keberhasilan itu juga harus dilihat secara lebih seksama, misalnya berapa biaya yang digunakan untuk memperkenalkan potensi wisata di Kabupaten Mojokerto bila dibandingkan dengan tingkat kunjungan wisatawan yang datang ke obyek – obyek wisata yang ada di wilayah Kabupaten Mojokerto. Memang disadari bahwa dalam memperkenalkan potensi wisata, merupakan buah yang diraih yang memerlukan waktu cukup lama., akan tetapi dapat dihitung atau diukur tingkat efisien dan efektifitas dari suatu program memperkenalkan potensi wisata di Kabupaten Mojokerto. Dengan adanya evaluasi maka akan ada perbaikan untuk masa – masa mendatang.

Peranan yang ditunjukkan di atas memberikan makna bahwa secara dinamis divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten

Mojokerto telah melaksanakan hak dan kewajiban dalam kedudukannya sebagai komunikator yang menghubungkan pemerintah dengan publiknya.

Untuk mencapai keberhasilan dalam melaksanakan strategi media relation diperlukan partisipasi secara optimal dari divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada dan juga dukungan dari media massa dalam menjangkau khalayak luas. Maka kerjasama yang baik antara kedua belah pihak akan sangat membantu peningkatan citra pariwisata Kabupaten Mojokerto. Hal ini sesuai dengan Teori Pemrosesan – Informasi.

Menurut McGuire (1976) menyebutkan bahwa perubahan sikap terdiri dari enam tahap, antara lain :

- a. Pesan persuasif harus dikomunikasikan
- b. Penerima akan memperhatikan pesan
- c. Penerima akan memahami pesan
- d. Penerima terpengaruh dan yakin dengan argumen – argumen yang disajikan
- e. Tercapai posisi adopsi baru atau ide baru
- f. Terjadi perilaku yang diinginkan¹²⁰

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori Pemrosesan – Informasi yang mana teori ini merupakan suatu proses komunikasi dalam mencapai tujuan yaitu mendapatkan informasi dan pesan – pesan tersebut

¹²⁰ Severin dan Tankard, *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan*.....h. 204.

merubah sikap dalam menyikapi pesan yang telah disampaikan. Yakni media merupakan suatu alat komunikasi. Dan dalam penyiaran memerlukan suatu proses komunikasi yang diharapkan merubah sikap dari pesan yang telah disampaikan yaitu adanya peningkatan kunjungan wisatawan dan peningkatan anggaran PAD (Pendapatan Asli Daerah) setiap tahunnya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan setelah dilakukan analisa data maka dapat ditarik kesimpulan dari potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Mojokerto ada 4 kawasan wisata, antara lain :

a. Kawasan Wisata Trowulan

- 1) Candi Wringin Lawang
- 2) Candi Brahu
- 3) Candi Bajang Ratu
- 4) Candi Tikus
- 5) Kolam Segaran
- 6) Museum Trowulan
- 7) Pendopo Agung
- 8) Makam Siti Inggil
- 9) Makam Putri Cempa

10) Sentra Industri Kecil dan Pusat Informasi Pariwisata

11) Makam Troloyo

b. Kawasan Wisata Trawas

- 1) Petirnaan Candi Jolotundo
- 2) Air Terjun Dlundung
- 3) Reco Lanang

c. Kawasan wisata Pacet

1) Wana Wisata Padusan

2) Air

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

3) Taman dan Pemandian Ubalan

d. Obyek wisata Mandiri

Sedangkan pelaksanaan strategi media relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mempromosikan potensi pariwisata strategi yang dilakukan, antara lain :

1. Mengelola relasi, yaitu dengan cara menerapkan hubungan kemitraan. Hubungan kemitraan dilakukan untuk menumbuhkan rasa saling percaya antara divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dengan media massa yaitu wartawan dan juga untuk menjaga rasa saling menghargai profesi masing – masing.
2. Mengembangkan strategi, yaitu dengan cara memahami dan melayani media, membangun reputasi sebagai orang yang dipercaya, menyediakan salinan yang baik, bekerja sama dalam menyediakan materi, menyediakan fasilitas verifikasi, dan membangun hubungan personal yang kokoh. Hal itu dilakukan dengan kegiatan press release, press tour, press conference.
3. Mengembangkan jaringan, yaitu dengan cara membuka jaringan relasi dengan media massa lain yang belum pernah diajak bekerja sama, yang bertujuan agar membuka jalan mendapatkan perhatian dari media massa. Dengan hubungan yang harmonis maka akan menarik media massa untuk memberikan kepariwisataan yang ada di Kabupaten Mojokerto. Hal itu dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap potensi

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

peristiwa di Kabupaten Mojokerto, dengan semakin baiknya citra pariwisata Kabupaten Mojokerto akan meningkatkan kunjungan wisata.

Maka sector pariwisata dapat menyumbang bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Mojokerto.

B. Saran

Berpijak pada hasil analisa penelitian, penelitian ini memberikan saran–saran, antara lain :

1. Untuk mempererat hubungan antara divisi HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dengan media massa sebaiknya pihak HUMAS membentuk suatu komunitas yang menjelaskan pertemuan secara rutin. Dengan terciptanya komunitas ini, diharapkan hubungan yang sudah terjalin akan semakin harmonis.
2. HUMAS Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto harus lebih aktif untuk menjalin hubungan dengan media – media lain yang lebih berpotensi untuk mendukung kemajuan kepariwisataan Kabupaten Mojokerto.
3. Terhadap bidang akademik, diharapkan bagi peneliti selanjutnya khususnya mahasiswa ilmu komunikasi yang bermaksud melakukan penelitian tentang strategi media relation dalam mempromosikan potensi pariwisata hendaknya melakukan penelitian pada departemen pariwisata lain sehingga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pembanding. Selain itu, akan lebih baik apabila data juga dikumpulkan menurut pandangan media massa, khususnya wartawan media.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, Oemi, *Dasar – Dasar Puplik Relations*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2001.
- Anggoro, Linggar, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta : Bumi Aksara, 2001.
- Data Wawancara, Bapak Bambang Purbantoro selaku Kasubdin Pemasaran dan Penyuluhan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tanggal 5, 7, 12, 15, 22 Mei 2008.
- Data Wawancara, Bapak Bambang Irawan selaku Kaseksi Promosi Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tanggal 5, 7, 12, 15, 22 Mei 2008.
- Data Wawancara, Bapak Subandi selaku Kaseksi Pelayanan Informasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tanggal 5, 7, 12, 15, 22 Mei 2008.
- Data Wawancara, Ibu fatty Dasawati selaku Kaseksi Bimbingan Pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tanggal 5, 7, 12, 15, 22 Mei 2008.
- Dedy Jamaluddin Malik dan Yosol Iriantara, *Komunikasi Persuasif*, Bandung : Remaja Rosdakarya Offset, 1994.
- Dokumentasi buku Renstra, Rencana Strategic Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto 2006 – 2010.
- Dokumentasi Dinas Keputusan Bupati Mojokerto mengenai Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto.
- Dokumentasi dari *Company Profile* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto.
- Effendy, Onong Uchjana, *Human Relation dan Publik Relation dalam Manajemen*, Bandung : CV. Mandar Maju, 2001.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005.
- Faisal, Sanapiah, *Penelitian Kualitatif dan Dasar – Dasar Aplikasi*, Malang : YA3, 1990.

Glueck, F. William dan Laurence R., *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta : Erlangga, 1996.

Imam Ghazali, *Upaya Membersihkan Jiwa Dalam Meraih Sifat Terpuji*, Surabaya : Bintang Usaha Jaya, 2003.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Iriantara, Yosol, *Media Relations*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2005.

Jalaludin, Rachmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2004.

Kuncoroningrat, *Metode – Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1990.

Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta : Putra Grafika, 2006.

Moleong, Lexi J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2002.

Muslimin, *Humas dan Konsep Kepribadian*, Malang : UMM Press, 2004.

Nurudin dan Muhammad Syaifullah, *Media Relations, Panduan Praktis Praktisi PR*, Malang : CESPUR, 2004.

Rosadi Roslan, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*, Bandung : PT. Rosdakarya, 2001.

Saverin dan Tankard, *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan*, Jakarta Kencana, 2005.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Spillane, J. James, *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*, Jakarta : Kanisius, 1987.

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : ANDI, 1997.

Winardi, *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)*, Bandung : Mandar Maju, 1989.

Yoeti, A. Oka, *Pemasaran Pariwisata*, Bandung : ANGKASA, 1985.

Yoeti, A. Oka, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Jakarta : Kanisius, 1996.

Okezone.Com. *Jatim Kembangkan Desa Wisata*, diakses tanggal 25 Oktober 2007.

www. Kompas Cyber Media, *diakses* tanggal 19 Oktober 2007.

**LEMBAR ANALISIS DOMAIN STRATEGI MEDIA RELATIONS DINAS
PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN MOJOKERTO
DALAM MEMPROMOSIKAN POTENSI PARIWISATA**

Hubungan Semantik	Cover term / Domain	Rincian Domain
Jenis	Jenis strategi Media Relations Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto	- Mengelola Relasi - Mengembangkan strategi - Mengembangkan jaringan
Cara mencapai tujuan	Dalam mempromosikan potensi pariwisata	- Membina hubungan kemitraan - Memahami dan melayani media - Membangun reputasi sebagai orang yang dipercaya - Menyediakan salinan yang baik - Bekerjasama dalam menyediakan materi - Menyediakan fasilitas verifikasi - Membangun hubungan personal yang kokoh - Memperluas jaringan media
Alasan	Melakukan strategi Media Relations	- Meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah) - Meningkatkan kunjungan wisata - Memperkenalkan potensi pariwisata - Membangun citra pariwisata

DRAFT WAWANCARA

b. Tujuan Media Relations

1. Apa saja yang ingin dicapai Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam memperkenalkan potensi pariwisata ?
2. Strategi apa saja yang digunakan dalam memperkenalkan potensi pariwisata ?
3. Bagaimana cara mencapai tujuan tersebut dengan menggunakan potensi media yang ada ?
4. Tujuan media relations apa saja yang sudah dapat dicapai saat ini ?
5. Tujuan media relations apa saja yang belum tercapai hingga saat ini ?
6. Siapa saja yang menjadi tujuan media relations ?

c. Target Media Relations

1. Media apa saja yang dipilih dalam memperkenalkan potensi pariwisata ?
2. Apa saja kelebihan dan kekurangan media yang di pilih saat ini ?
3. Target apa saja yang diinginkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam membangun hubungan dengan media ?
4. Bagaimana cara mencapai target hubungan dengan media yang telah ada, sedang dan akan dilaksanakan ?
5. Apa saja hambatan dalam mencapai target tersebut ?
6. Siapa saja yang terlibat dalam penentuan target media relations ?

d. Metode Media Relation

1. Metode apa yang digunakan dalam menjalani hubungan dengan media secara tepat dan efektif ?
2. Bagaimana penerapan atau pelaksanaan metode yang telah dipilih ?
3. Bagaimana tingkat efektifitas tiap metode yang dipilih ?
4. Diantara metode tersebut metode apa yang menurut anda paling efektif dalam membangun hubungan dengan media, berikan alasannya ?
5. Siapa saja yang bertanggung jawab dalam pembuatan strategi media relations ?

e. Kelebihan dan Kekurangan

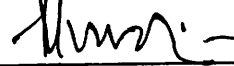
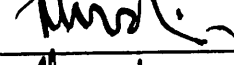
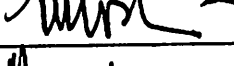
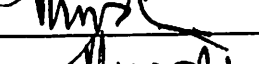
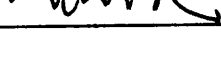
1. Menurut anda, apa saja kelebihan dan kekurangan strategi media relations yang ada di Dinas Pariwisata ?
2. Bagaimana upaya untuk mengatasi kekurangan menjalin hubungan dengan media ?
3. Bagaimana cara mempertahankan hubungan dengan media yang sudah ada selama ini ?
4. Siapa saja yang berhak melakukan evaluasi kelebihan dan kekurangan strategi media relations kepada Dinas Pariwisata ?

DEPARTEMEN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH SURABAYA

Jl. Jend. A. Yani 117 Telp.. 031-8437987 Fax. 031-8482245 Tromol Pos 4/WO Surabaya 60237
e-mail : fd_iain_sby@indo.net.id

KARTU KONSULTASI

siswa : MARDIYAH GALUH PP Jurusan : KOMUNIKASI
k Mahasiswa : B06304068 Pembimbing : ALI HURDIN, S.Ag., M.Si

TANGGAL	MATERI KONSULTASI	TANDA TANGAN PEMBIMBING
April 2008	Konsultasi proposal	
April 2008	Revisi proposal	
Mei 2008	Konsultasi Bab 1, 2 dan 3	
Mei 2008	Revisi Bab 1, 2, 3	
Juni 2008	Konsultasi Bab IV - V	
1 Juni 2008	Konsultasi Bab I - V ace di ujikan	

RIPSI : **STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM MEMPROMOSIKAN POTENSI PARIWISATA**
(Studi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto).

Surabaya,

DOSEN PEMBIMBING,

NIP.

PEMERINTAH KABUPATEN MOJOKERTO
BADAN KESATUAN BANGSA DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT

Jl. A. Yani No. 16 Telp. (0321) 321953 E-mail : *kajian_strategis@yahoo.com*
Mojokerto 61318

SURAT – KETERANGAN

Nomor : 072/ /416-205/2008

- : 1. Surat dari Institut Agama Islam Negeri Surabaya Nomor : In.03.1/TL.01/616/VI/2008 Tanggal 2 Mei 2008 perihal Ijin Penelitian Skripsi.
2. Disposisi dari Bapak Sekretaris Daerah Kabupaten Mojokerto Nomor : 072/4668/416-205/2008 tanggal 22 Mei 2008 tentang Ijin Penelitian Skripsi.
3. Pertimbangan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Mojokerto Nomor 556/334/416-109.T/2008 Tanggal 29 Mei 2008 tentang Tidak Keberatan dilakukan Penelitian Skripsi.
- t : 1. Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 1972.
2. Surat Gubernur KDH Tingkat I Jatim tanggal 17 Juli 1972 Nomor. Gub 187/1972.

ni menyatakan **TIDAK KEBERATAN** dilakukan Penelitian Oleh :

anggung Jawab : **MARDIYAH GALUH PRIYATNO PUTRI.**

ngkap/Nomor Telepon : JL. Mojopahit No. 480 Mojokerto / 085649394001

nelitian : Strategi Media Relations Dalam Mempromosikan Potensi Pariwsata

an Tujuan Kegiatan : Penelitian Tugas Akhir.

ilakukan Kegiatan : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Mojokerto

iatan : 1 (satu) Bulan, terhitung mulai tanggal 28 Mei 2008 s/d 23 Juni 2008

ngikut Kegiatan : -

KETENTUAN – KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

jangka waktu 1 x 24 Jam setelah di tempat yang dituju diwajibkan melapor kedatangannya
a Pemerintah Daerah setempat setempat.

ati Ketentuan – ketentuan yang berlaku dalam daerah hukum Pemerintah Daerah setempat.

ga Tata Tertib keamanan, kesopanan dan kesusilaan menghindari pernyataan pernyataan bai
n lisan maupun tulisan/yang dapat melukai/menyinggung perasaan, menghina agama, bangsa
gara dari suatu golongan penduduk.

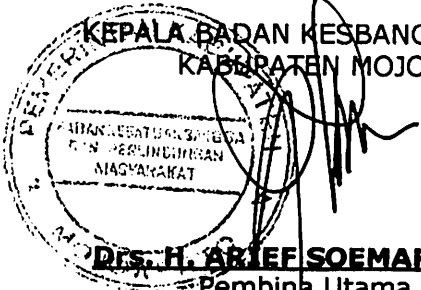
liperkenankan menjalankan kegiatan di luar ketentuan yang telah ditetapkan pada Thema tersebut.

n berakhir melaksanakan Penelitian, diwajibkan terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat
ntah daerah setempat mengenai selesainya pelaksanaan Penelitian sebelum meninggalkan
tempat Penelitian.

jangka waktu 1 bulan setelah dilaksanakan Penelitian diwajibkan memberikan laporan tentang
anaan dan hasil – hasilnya kepada Bapak Bupati Mojokerto dengan tembusan yang ditujukan
Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan perlindungan Masyarakat Kabupaten Mojokerto.

Keterangan ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata bahwa pemegang
eterangan ini tidak memenuhi ketentuan – ketentuan tersebut di atas.

Mojokerto, Mei 2008


KEPALA BADAN KESBANG DAN LINMAS
KABUPATEN MOJOKERTO

: disampaikan kepada :
Bpk. Bupati Mojokerto (sebagai laporan);
Sdr. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
Kab. Mojokerto;
Sdr. Yang Bersangkutan.

Drs. H. ARIEF SOEMARTONO, MM.
Pembina Utama Muda
NIP. 510 129 439



PEMERINTAH KABUPATEN MOJOKERTO
DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN

THE TOURISM AND CULTURE SERVICE OF MOJOKERTO GOVERNMENT

JL. JAYA NEGARA NO. 4 TELP. (0321) 322244, 394748, FAX. 392655

MOJOKERTO 613C3

Mojokerto, 16 Juli 2007

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Nomer : 556/469/416-109.P/2007

Kepada

Sifat : Segera

Yth. Sdr. Camat Trowulan

Lampiran : -

di -

Perihal : Press Tour Bidang Pariwisata

TROWULAN

Untuk mengenalkan dan mempromosikan Pengembangan Desa Wisata, kepada masyarakat melalui media cetak, maka besok pada hari selasa tanggal 24 Juli 2007, Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur akan menyelenggarakan Press Tour Bidang Pariwisata tahun 2007 yang akan diikuti oleh 20 orang wartawan/media cetak.

Sehubungan dengan kegiatan tersebut, mohon bantuan Saudara agar menghubungi Kepala Desa Bejijong dan Kepala Desa Jati Pasar, untuk mempersiapkan segala sesuatunya demi suksesnya kegiatan dimaksud, adapun rute kegiatannya sebagaimana terlampir.

Demikian untuk menjadikan maklum dan atas kerjasama yang baik, disampaikan terima kasih.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

KEPALA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN MOJOKERTO

Drs. AFANDI ABDUL HADI, SH. MPd.

Pembina Tingkat I
NIP. 010 186 450

Tembusan Yth :

1. Bpk. Bupati Mojokerto
(Sebagai Laporan)
2. Sdr. Kepala Bagian Humas
Setda Kab. Mojokerto
3. Sdr. Kepala Dinas Perindustrian dan
Perdagangan Kab. Mojokerto

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id



PEMERINTAH PROPINSI JAWA TIMUR
DINAS PARIWISATA
EAST JAVA GOVERNMENT TOURISM SERVICE
JL. WISATA MENANGGAL, TELP. : (031) 8531814, 8531815, 8531816, 8531820, 8531821
FAX. : (031) 8531822
3URABAYA

Surabaya, 12 Juli 2007

Nomor : 556/ 81-72/104.61/2007
Sifat : Segera
Lampiran : 1 (satu) lembar
Perihal : Press Tour Bidang Pariwisata

Kepada
Yth. Bapak Bupati Mojokerto
di -
MOJOKERTO

Dalam rangka mengenalkan dan mempromosikan Pengembangan Desa Wisata kepada masyarakat luas melalui media cetak, disampaikan bahwa Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur pada tanggal 24 s/d 26 Juli 2007 akan menyelenggarakan Press Tour Pariwisata Tahun 2007 ke Kabupaten Mojokerto, Kota Batu dan Kabupaten Pasuruan yang diikuti oleh 20 orang wartawan / media cetak.

Sehubungan dengan kegiatan Press Tour tersebut, mohon kesediaan Bapak Bupati dapat menerima rombongan pers media cetak sekaligus menyampaikan masukan-masukan tentang perkembangan pembangunan pariwisata di Kabupaten Mojokerto sebagai bahan penulisan, khususnya Pengembangan Desa Wisata di Beji Jong Kecamatan Trowulan.

Selanjutnya kami sampaikan bahwa Tema / Fokus penulisan adalah "Peluang Pengembangan Desa Wisata Dalam Meningkatkan Perekonomian Yang Berbasis Masyarakat" dan sebagai kelengkapan, terlampir disampaikan Jadwal Kegiatan Press Tour Pariwisata Tahun 2007.

Demikian atas perkenan dan kesediaan Bapak Bupati, diucapkan terima kasih.

KEPALA DINAS PARIWISATA
PROPINSI JAWA TIMUR

[Signature]

Dr. HARUN, M.Si. MM
Pembina Utama Muda
NIP. 510 089 970

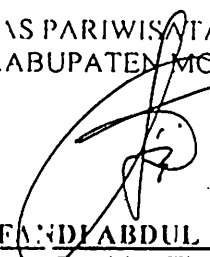
Tembusan ; disampaikan kepada :
- Yth. Sdr. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
Kabupaten Mojokerto di Mojokerto

**RUTE KEGIATAN PRESS TOUR PARIWISATA
HARI SELASA 24 JULI 2007
DI KABUPATEN MOJOKERTO**

NO	HARI/TANGGAL/AM	KEGIATAN	KET.
1.	Selasa, 24 Juli 2007		
	Jam : 08.00 WIB	Tiba di Peringgitan Kabupaten Mojokerto.	
	08.15	Diterima Bapak Bupati Mojokerto	
	08.30	Wawancara / Dialog dengan Bapak Bupati Mojokerto	
	09.30	Menuju Candi Wringin Lawang – Jati Pasar Trowulan.	
	10.00	Di Candi Wringin Lawang – Jati Pasar Trowulan	
	10.30	Ke Pengrajin Patung Batu – Jati Pasar Trowulan.	
	11.30	Menuju Balai Desa Bejijong dan menerima penjelasan tentang Desa Wisata Bejijong.	
	12.00	Istirahat Sholat dan Makan (Isoma).	
	13.30	Menyebar ke Kerajinan Patung Cer Kuningan dan Obyek Wisata Siti Inggil, Candi Brahu, Vihara, dll.	
	15.00	Ke Museum Trowulan.	
	16.00	Kembali ke Surabaya.	

Mojokerto, 16 Juli 2007

KEPALA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN MOJOKERTO


Drs. AFANDI ABDUL HADI, SH. MPd
Pembina Tingkat I
NIP. 010 186 450

**PRESS TOUR PARIWISATA TAHUN 2007
DI PENGEMBANGAN DESA WISATA**

NO.	HARI / TANGGAL	ACARA	KETERANGAN
I.	<u>Selasa</u> 24 Juli 2007		
	07.00 - 08.00	Makan pagi / Persiapan	Kantor Disparta Prop. Jatim Jl. Wisata Menanggal Surabaya
	08.00 - 09.30	Menuju ke Kabupaten Mojokerto	
	09.30 - 10.30	Pertemuan / Dialog dengan Bupati Mojokerto Didampingi Kepala Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kabupaten Mojokerto	Kantor Kabupaten Mojokerto
	10.30 - 11.00	Perjalanan menuju lokasi Pengembangan Desa Wisata Bejjiong Kecamatan Trowulan	Desa Bejjiong
	11.00 - 12.00	Meninjau dan penulisan obyek dan daya tarik wisata - Peninggalan Purbakala / Budaya / Sejarah - Kerajinan Perak dan Kuningan - Kerajinan Patung Batu	
	12.00 - 13.00	ISHOMA	
	13.00 - 15.30	Lanjutan peninjauan dan penulisan obyek dan daya tarik wisata	
	15.30 - 18.00	Perjalanan menuju Kota Batu	Bermalam di Kota Batu
II.	<u>Rabu</u> 25 Juli 2007		
	07.00 - 08.00	Makan pagi / Persiapan	Hotel
	08.00 - 08.30	Menuju ke Kantor Walikota	
	08.30 - 10.00	Pertemuan / Dialog dengan Walikota Batu Didampingi Kepala Dinas Pariwisata Kota Batu	Kantor Walikota Batu
	10.00 - 10.30	Perjalanan menuju lokasi Pengembangan Desa Wisata Bumiaji	
	10.30 - 12.00	Meninjau dan penulisan obyek dan daya tarik wisata - Agrowisata Hortikultura Kebun Apel/Ju'uk, Sayur-sayuran dan bunga - Obyek Wisata Alam/Agrowisata Perikanan	
	12.00 - 13.00	ISHOMA	
	13.00 - 15.30	Lanjutan peninjauan dan penulisan obyek dan daya tarik wisata	Kecamatan Bumiaji
	15.30 - 18.00	Perjalanan menuju Nongkojajar Kabupaten Pasuruan	Kecamatan Tutar Kabupaten Pasuruan Bermalam di Nongkojajar
III.	<u>Kamis</u> 26 Juli 2007		
	07.00 - 08.00	Makan pagi / Persiapan	Di Kecamatan Tutar (Nongkojajar)
	08.00 - 08.30	Menuju Kantor Kecamatan Tutar	
	08.30 - 10.00	Pertemuan / Dialog dengan Bupati Pasuruan Didampingi Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Pasuruan	Di Kantor Kecamatan Tutar
	10.00 - 10.30	Perjalanan menuju lokasi Pengembangan Desa Wisata	Desa Wonosari
	10.30 - 12.00	Meninjau dan penulisan obyek dan daya tarik wisata - Peternakan Sapi Perah - Agrowisata Hortikultura Kebun Apel/Durian dan Paprika / Bunga K'isan	
	12.00 - 13.00	ISHOMA	
	13.00 - 16.00	Lanjutan peninjauan dan penulisan obyek dan daya tarik wisata	
	16.00	Kembali / menuju Surabaya	Press Tour selesai

Surabaya, Juli 2007

**DINAS PARIWISATA
PROPINSI JAWA TIMUR**

BAB II RENCANA STRATEGIS

Perencanaan sebagai bagian dari Manajemen mutlak diperlukan oleh sebuah Organisasi, demikian juga Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto telah membuat perencanaan sebagai langkah awal agar mampu menjawab tuntutan yang terjadi

Dengan Perencanaan strategis yang jelas, Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto diharapkan mampu menyelaraskan Visi dan Misinya dengan potensi , peluang dan kendala yang dihadapi dalam upaya peningkatan kinerjanya

A. Rencana Strategis

Perencanaan Strategis merupakan proses yang berorientasi pada hasil yang ingin dicapai dalam kurun waktu 1 sampai dengan 5 tahun secara sistematis & berkesinambungan.

Rencana Strategis ini memuat Visi, Misi, Tujuan, Sasaran, Strategi, Kebijakan & Program

1. VISI

Visi adalah suatu pandangan kedepan menyangkut kemana Dinas akan dibawa & diarahkan, dengan Visi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto akan memberikan gambaran tentang keadaan masa

depan yang diwujudkan oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto.

Adapun Visi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto adalah
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Memajukan wisata dan budaya berbasis masyarakat

Sesuai dengan Visi diatas Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto ingin rrencapai suatu keadaan Sektor Pariwisata dan Budaya berbasis masyarakat. Masyarakat yang aktif berperan dalam memajukan Pariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Mojokerto. Masyarakat benar-benar menjadi subyek utama dan pokok atas pembangunan Pariwisata dan Budaya

Dengan Visi yang ditetapkan, Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto mempunyai arah yang jelas yaitu ingin mencapai baik jangka pendek – menengah dan bahkan panjang, dan dengan Visi tersebut Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto akan mempunyai fokus yang jelas tentang Progam kegiatan yang ingin dilaksanakan sehingga terarah dan tidak menyebarkan
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Visi ini merupakan pedoman / acuan bagi semua komponen Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam melangkah sehingga terwujud kesatuan langkah / kebersamaan dalam rangka mencapai tujuan.

Visi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto akan menjamin kesinambungan program kegiatan siapapun pemimpinnya sehingga akan terhindar berganti - ganti Visi setiap Penggantian Pimpinan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. MISI

Misi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto adalah :

- a. Mengoptimalkan tontonan diisi dengan tuntunan dalam rangka pelestarian dan aktualisasi nilai-nilai budaya dan adat daerah
- b. " Allah itu indah dan Suka dengan keindahan ", dalam rangka mewujudkan Sapta Pesona Pariwisata (Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah Tamah, Kenangan)

Misi ini merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan sebagai penjabaran Visi yang telah ditetapkan, Misi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto merupakan cermin dari Tugas Pokok dan Fungsi sebagaimana tercantum dalam Perda Nomor 3 Tahun 2001 Tentang Organisasi Dinas Daerah dan Keputusan Bupati Mojokerto Nomor 19 tahun 2001 Tanggal 5 April 2001 Tentang Penjabaran Tugas Pokok Dan Fungsi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto. Misi ini juga menggambarkan kewenangan yang dimiliki Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto dalam mengelola dan memajukan sektor Pariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Mojokerto . Rumusan Misi di atas mencakup semua pesan yang terkandung dalam Visi, dan memberikan petunjuk /

LAKIP Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tahun 2007

pedoman bagi semua komponen Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto akan tujuan yang dicapai. Tentu saja perumusan Misi tersebut sudah mengakomodasi berbagai masukan dari berbagai pihak.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

3. TUJUAN

Tujuan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto adalah :

Meningkatkan Pembangunan Kepariwisata dan Kebudayaan di Kabupaten Mojokerto

Rumusan tujuan di atas merupakan sesuatu yang diinginkan dicapai Dinas yang mengacu pada Visi dan Misi

4. Kebijakan

Kebijakan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto adalah:

a. Peningkatan dan Pengembangan Pemasaran dan Penyuluhan Pariwisata meliputi:

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- Peningkatan dan Pengembangan bahan promosi, kerjasama dan sarana promosi
- Peningkatan dan Pengembangan data pelayanan informasi, kerjasama dengan pihak lain dalam pelayanan informasi kepariwisataan
- Peningkatan dan Pengembangan bimbingan wisata dan peran serta masyarakat

LAKIP Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tahun 2007

b. Peningkatan dan Pengembangan Obyek Dan Daya Tarik Wisata meliputi :

- Peningkatan dan Pengembangan Obyek Wisata, perijinan obyek wisata, pemantauan obyek wisata
- Peningkatan dan Pengembangan atraksi wisata, perijinan atraksi wisata, pemantauan atraksi wisata
- Peningkatan dan Pengembangan pembinaan RHU, perijinan RHU dan pemantauan RHU

c. Peningkatan dan Pengembangan Bina Sarana Pariwisata meliputi :

- Peningkatan dan Pengembangan perijinan dibidang akomodasi
- Peningkatan dan Pengembangan pembinaan jasa dan sarana pariwisata
- Peningkatan dan Pengembangan perijinan dibidang Rumah Makan dan Bar
- Peningkatan dan Pengembangan pembinaan tenaga kerja
- Peningkatan dan Pengembangan ketenagakerjaan dibidang pariwisata

d. Peningkatan dan Pengembangan Pelestarian Nilai-Nilai Budaya dan Kesenian meliputi :

- Peningkatan dan Pengembangan kesenian
- Peningkatan dan Pengembangan perijinan penyelenggaraan festival kesenian

LAKIP Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tahun 2007

- Peningkatan dan Pengembangan kerjasama dibidang kesenian
- Peningkatan dan Pengembangan perlindungan kesenian
- Peningkatan dan Pengembangan kepurbakalaan, sejarah dan arkeologi
- Peningkatan dan Pengembangan perlindungan dan pemeliharaan arkeologi dan sejarah

6. Peningkatan dan Pengembangan Ketatausahaan meliputi :

- Peningkatan dan Pengembangan rumah tangga dan protokoler dinas
- Peningkatan dan Pengembangan penyusunan program
- Peningkatan dan Pengembangan pengawasan program kegiatan
- Peningkatan dan Pengembangan kelembagaan dan ketatalaksanaan
- Peningkatan dan Pengembangan ketatausahaan kepegawaian
- Peningkatan dan Pengembangan penyusunan formasi pegawai dan perencanaan pegawai
- Peningkatan dan Pengembangan karier, kesejahteraan pegawai dan peningkatan pengetahuan dan disiplin pegawai
- Peningkatan dan Pengembangan penyusunan anggaran rutin dan pembangunan
- Peningkatan dan Pengembangan usulan anggaran dinas
- Peningkatan dan Pengembangan pengelolaan keuangan dinas

5. Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai adalah meningkatnya pendapatan pemerintah daerah melalui Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata. Disamping itu juga meningkatnya pendapatan masyarakat.

B. Rencana Kinerja

Beberapa kegiatan yang dilaksanakan pada Tahun Anggaran 2007 adalah sebagai berikut :

1. Pelayanan Administrasi Perkantoran

Dana dari APBD Tahun 2007 sebesar Rp. 161.710.000,-. Adapun kegunaan dana tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Penyediaan jasa komunikasi, sumber daya air dan listrik
- b. Penyediaan jasa administrasi keuangan
- c. Penyediaan alat tulis kantor
- d. Penyediaan barang cetakan dan penggandaan

e. Penyediaan makanan dan minuman

- f. Rapat-rapat koordinasi dan konsultasi keluar daerah
- g. Penyediaan tenaga administrasi / teknis (THL)

2. Pendataan, Monitoring dan Evaluasi Pariwisata Daerah

Dana dari PAPBD Tahun 2007 sebesar Rp. 100.000.000,- untuk pelaksanaan

- a. Pembuatan buku Pesona Pariwisata dan Wisata Budaya Majapahit

LAKIP Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tahun 2007

b. Pendataan , Monitoring dan Evaluasi Pariwisata Daerah

3. **Intensifikasi dan Ekstensifikasi Sumber-Sumber Pendapatan Daerah**

Dana dari APBD Tahun 2007 sebesar Rp. 56.500.000,- dan dari PAPBD Tahun 2007 sebesar Rp. 118.000.000,-. Dana ini untuk peningkatan Pendapatan Asli daerah (PAD)

4. **Peningkatan Sarana Penunjang Kawasan Wisata Budaya Situs Ibu Kota Kerajaan majapahit**

Dana dari APBD Tahun 2007 sebesar Rp. 400.000.000,- , sedangkan nilai kontrak sebesar Rp. 218.740.000,-. Dana tersebut dipergunakan untuk pembuatan Konstruksi gedung berupa

a. Pagar sepanjang 300 m

b. Paving seluas 920 M ²

c. Panggung seluas 49 M ²

d. MCK seluas 21 M ²

5. **Pengembangan dan Peningkatan Lingkungan Obyek Wisata Makam Trowo**

Dana dari APBD Tahun 2007 sebesar Rp. 400.000.000,- , sementara nilai kontrak sebesar Rp. 216.276.000,-. Dana tersebut dipergunakan untuk pembuatan Konstruksi gedung berupa

a. Urugan seluas 1000 M ³

b. Paving seluas 1000 M ²

c. Warung seluas 73 M ²

- d. MCK sebanyak 1 unit
- e. Finishing Warung 1 paket

6. **Pengembangan dan Peningkatan Obyek Wisata Padusan Pacet**

Dana dari APBD Tahun 2007 sebesar Rp. 300.000.000,- , sementara nilai kontrak sebesar Rp. 198.312.000,-. Dana tersebut dipergunakan untuk pembuatan Konstruksi gedung berupa

- a. Penataan dan pembuatan kios ukuran 3 x 4 sebanyak 20 unit
- b. Pemasangan keramik oket bagian dalam , Penghalusan dinding dan Pengecatan 1 paket

7. **Pembinaan Kelompok Sadar Wisata**

Dana dari APBD Tahun 2007 sebesar Rp. 40.000.000,-

Kegiatan yang dilaksanakan adalah Pembinaan Kelompok Sadar Wisata

8. **Pelaksanaan Promosi Pariwisata Nusantara di dalam dan di luar negeri.**

- Dana dari APBD 2007 sebesar Rp. 50.000.000,- dan dari APBD Tahun 2007 sebesar Rp. 150.000.000,-

Kegiatan yang dilaksanakan adalah :

- a. Pemilihan Duta Wisata (Gus Dan Yuk) Tahun 2007
- b. Pembuatan kerangka Baliho 2 buah
- c. Rehabilitasi kerangka Baliho 2 buah
- d. Pembuatan Baliho 4 buah

LAKIP Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tahun 2007

e. Promosi melalui media cetak selama satu tahun

f. Promosi melalui 2 stasion radio

g. Promosi melalui TV (1 Paket)

h. Pembuatan Penunjuk Lokasi Obyek Wisata

i. Pembuatan Tenda Sadar Wisata

j. Pembuatan kalender Tahun 2007

9 Pelestarian Dan Aktualisasi Adat Budaya Daerah

- Dana dari APBD 2007 sebesar Rp.50.000.000,- untuk pelaksanaan acara Grebeg dan Haul Syech Jumadil Kubro di Komplek Makam Troloyo Sentonorejo Trowulan

- Dana dari PAPBD 2007 sebesar Rp. 200.000.000,- untuk pelaksanaan :

a. Festival Pedalangan

b. Festifal Seni Pertunjukan

c. Festifal Musik Jalanan

d. Pameran lukisan dan photo

10. Pembinaan Dewan Kesenian

Dana dari PAPBD Tahun 2007 sebesar Rp. 40.000.000,- untuk pelaksanaan :

a. Pembinaan Organisasi Kesenian

b. Pelatihan Seniman

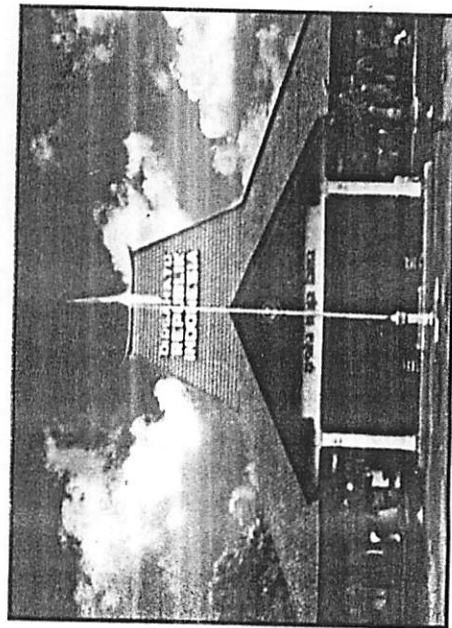
c. Sarasehan

LAKIP Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto Tahun 2007



KABUPATEN MOJOKERTO SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA

MOJOKERTO REGENCY
AS THE TOURISM DESTINATION AREA



DITERBITKAN OLEH :
DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
JL. JAYANEGARA 4 TELP. (0321) 322244

PUBLISHED BY :
THE TOURISM AND CULTURE SERVICE
OF MOJOKERTO GOVERNMENT
JAYANEGARA 4 TELP. (0321) 322244, 394748

wilayah Kabupaten Mojokerto tepatnya di Trowulan. Beberapa situs peninggalan Mojopahit tersebut selain mempunyai nilai sejarah yang tinggi juga merupakan daya tarik wisata yang sangat menarik antara lain :

1. Candi Wringin Lawang
2. Candi Brahu
3. Candi Bajang Ratu
4. Candi Tikus
5. Kolam Segaran
6. Musium Trowulan
7. Pendopo Agung
8. Makam Siti Inggil
9. Makam Putri Cempo

Dan ada dua obyek wisata berlokasi di Trowulan, yaitu :

1. Sentra Industri Kecil dan Pusat Informasi Pariwisata
2. Obyek Wisata Religius Makam Syeh Jumadil Kubro (Makam Troloyo)

TROWULAN TOURISM AREA

Trowulan has some archeological sites such as temple and cemetery. According to the historical note and some epigraphs which can be trusted show that the center of Mojopahit Kingdom was located at the area of Mojokerto, exactly at Trowulan. Besides having the high historical value the archaeological sites are also as the attractive tourism object, such us :

1. Wringin Lawang Temple
2. Brahu Temple
3. Bajang Ratu Temple
4. Tikus Temple
5. Segaran Pool
6. Trowulan Museum
7. The Great Building
8. Siti Inggil Grave
9. Putri Cempo Grave

And there are still two tourism object in Trowulan, they are :

1. The Centre of Small Industry and The Centre of Tourism Information
2. The Religious Tourism Object - Syeh Jumadil Kubro Grave (Troloyo Grave)



WRINGINLAWANG TEMPLE

This gate is an ancient Building. Its shape is divided gate without roof (Bentar Temple). This gate is estimated as the gate to enter on of the complex of building in Mojopahit city. Its location is at Wringinlawang - Jatipasar - Trowulan. Its is easy to be reached.

2. CANDI BRAHU

Candi Brahu merupakan tempat untuk menyimpan abu raja-raja Mojopahit - Brawijaya I, II, III, dan IV. Setelah dibakar, abunya disimpan di gua candi ini. Lokasinya berada di Desa Beljiong - Trowulan.



BRAHU TEMPLE

This temple was a place to keep the Ash of Mojopahit Kings - Brawijaya I, II, III and IV. After being burned, the ash was kept in the cave of this temple. This temple is located at Beljiong - Trowulan.

digunakan tempat rekreasi keluarga. Lokasinya sangat strategis dimana berada di Jalan Raya Trowulan. Mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi atau umum.

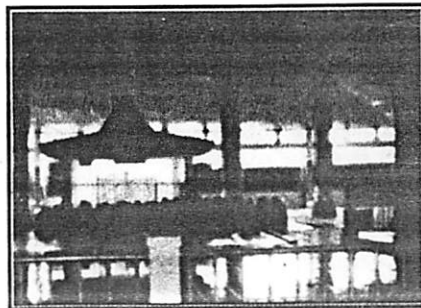


THE CENTRE OF SMALL INDUSTRY AND THE CENTRE OF TOURISM INFORMATION

It is centre of many kinds of Mojokerto Souvenirs with many facilities such as shops, hotel, swimming pool. It is also the family recreation place. It is easy to be reached by public car or private car. It is located at Trowulan High Way.

11. MAKAM TROLOYO

Makam Troloyo merupakan komplek makam yang terbagi dua kelompok makam yaitu bagian depan dan bagian belakang. Di bagian depan terdapat makam Syayid Jumadil Kubro seorang penyebar agama Islam di tanah Jawa sebelum Wali Songo dan di bagian belakang ada makam Sunan Ngudung serta makam Syayid Usman. Lokasinya berada di Desa Sentonorejo Kecamatan Trowulan.



TROLOYO GRAVEYARD

It is complex of the graveyard which has two parts - the front part and the back part. In the front part, there is a grave of Syayid Jumadil Kubro an Islam spreader in Java before Wali Songo. And in the back part, there are the grave of Sunan Ngudung and Syayid Usman. Its location is at Sentonorejo Trowulan.

dukung pariwisata seperti hotel, villa, restoran, dan pasar. Obyek wisata di wilayah ini adalah :

1. Petirtaan Candi Jolotundo
2. Air Terjun Dlundung
3. Reco Lanang

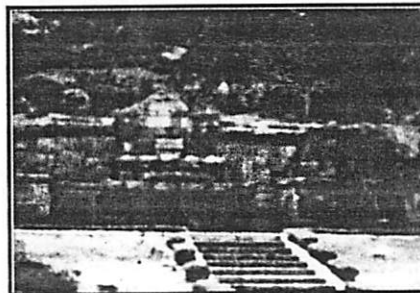
TRAWAS TOURISM AREA

Trawas is wellknow as the area with the beauty of its nature, its scenery, its mountain, its hill and its various plant, in this area is completed with the many facilities such as : hotel, villa, restaurant, and market. The tourism object in Trawas are :

1. Jolotundo Temple
2. Dlundung Waterfall
3. Reco Lanang

1. PETIRTAAN CANDI JOLOTUNDO

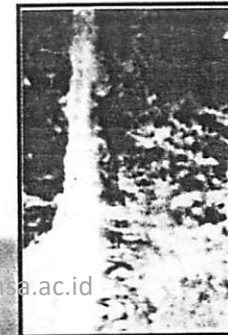
Petirtaan candi Jolotundo, merupakan Candi petirtaan yang disiapkan Raja Udayana (Bali) yang mempersunting Putri Gunapriyadharmaphatni yang merupakan ibu dari Airlangga. Candi ini terbuat tahun 997 M. Konon ceritanya, air Petirtaan Jolotundo merupakan sumber air terjernih di dunia dan orang yang mandi di Petirtaan Jolotundo bisa awet muda. Lokasinya berada di lereng Gunung Bekal, salah satu puncak dari Gunung Penanggungan, Desa Seloliman, Kecamatan Trawas, mudah dijangkau dengan kendaraan roda 4 maupun roda 2



JOLOTUNDO TEMPLE

This temple was prepared for Udayana king from Bali who embraced Gunapriyadharmaphatni prince. From their marriage, it was born Airlangga. It was built 997 M. According to the story, the water in this temple is the clearest water in the world, and the people who take a bath in this place can be staying young. It located at the slope of Bekal Mountain, one of peak of Penanggungan Mountain, Seloliman Trawas. Its location is easy to be reached by car or motorcycle.

bersantai dan tempat berkeman yang cukup luas serta nyaman. Lokasinya berada di desa Kemloko, Kecamatan Trawas, mudah dijangkau dengan kendaraan umum maupun pribadi.



DLUNDUNG WATERFALL

Dlundung waterfall is the nuance of cool mountain nature with the sound of waterfall and the natural tress add the serenity and enchantment of this place. In this location, it is also available the comfortable rest place and large camping place. Its location is at Kemloko - Trawas and it is easy to be reached by car and motorcycle.

3. RECO LANANG

Reco Lanang, merupakan peninggalan Kerajaan Mojopahit masa Agama Budha, yang merupakan gambaran dari perwujudan Dhani Budha (Dhani Bodhisatwa) yang disebut Aksobya yang menguasai arah mata angin sebelah Timur yang selalu bertafakur dan berada di langit dengan kekuatannya memancarkan seorang manusia Budha yang mengajarkan Dharma di dunia. Lokasinya di Desa Kemloko Kecamatan Trawas, satu jurusan dengan air terjun Dlundung.

Reco Lanang



RECO LANANG

It is the relic of Mojopahit Kingdom, at the area of Budha religion. It is the description of Dhani Budha (Dhani Bodhisatwa) which is called Aksobya. Aksobya controlled the direction of east point of the compass. Aksobya was always contemplative and stayed at the sky. By his power, he spouted a Budha who teach good deeds in the world its location is at Kemloko - Trawas, one direction with Dlundung Waterfall.

kawasan ini dikelilingi oleh pepohonan anggrek, buah-buahan, dan sayuran serta berbagai daya dukung pariwisata berupa hotel, villa, pondok wisata, rumah makan lesehan serta tempat pemancingan. Obyek wisata di kawasan ini adalah:

1. Wana Wisata Padusan
2. Air Terjun Cuban Canggung
3. Pemandian Ubalan

PACET TOURISM AREA

Pacet is the mountain area cool air, and the beautiful and comfortable scenery. In this area it is also completed with the cultivation of orchids, the dilicious fruits and many tourism facilities, such as : hotel, restaurat, the fishing place, lesehan (eating place whitout chair). The tourism object in pacet are :

1. Padusan Forest Tourism
2. Cuban Canggung Waterfall
3. Ubalan Bathing Place

1. WANA WISATA PADUSAN

Wana Wisata Padusan merupakan tempat bersantai dibawah rindang pepohonan Pinus yang sejuk dan memberikan kesan tersendiri untuk dikunjungi dengan keadaan lingkungan alam yang menyejukkan dilengkapi dengan kolam renang bertaraf internasional, kolamair hangat, serta taman bermain yang indah dipandang mata dan menyejukkan di hati. Lokasinya berada di Desa Padusan Kecamatan Pacet. Mudah dijangkau dengan kendaraan roda 4 dan roda 2.



PADUSAN FOREST TOURISM

It is relaxing place under the dense Pinus tree. It gives special impression to be visited. Its surrounding environment is very cool. In this location we can find swimming pool with international standart, warm swimming pool, the playing park, it is located at Padusan - Pacet. Its location is easy to be visited by car or motorcycle.

air terjun dan memberikan kesan yang syahdu. Lokasinya berada di Desa Padusan, Kecamatan Pacet berdekatan dengan Wana Wisata Padusan.

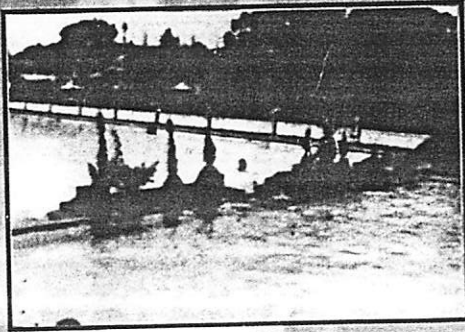


COBAN CANGGU WATERFALL

Coban Canggung Waterfall is a beautiful waterfall which is surrounded by the dense trees. Its cool air completed with the kids playing place add the beauty of this waterfall and give serene impression. Its location is at Padusan Pacet. It is near PADUSAN FOREST TOURISM.

3. TAMAN DAN PEMANDIAN UBALAN

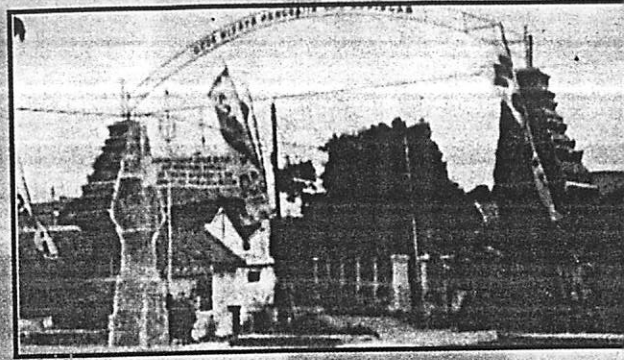
Taman dan Pemandian Ubalan merupakan tempat yang cocok untuk bermain dan berenang bagi anak-anak maupun dewasa. Dengan pemandangan lereng gunung yang indah dan taman yang mempesona dilengkapi sepeda air dan kolam yang cukup luas serta tempat penginapan sehingga menambah keindahan dan kenikmatan berwisata. Lokasinya berada di Desa Pacet, Kecamatan Pacet, mudah dijangkau dengan berbagai kendaraan.



UBALAN BATHING PLACE

It is suitable place for swimming and playing for children and adult. Its beautiful scenery and a beautiful park completed with water cycles, large pools, the staying place and the area add beauty and the enjoyment to recreate in this place. Its location is at Pacet. It is easy to be reached.

di Kabupaten Mojokerto. Lokasi ini menarik untuk kita kunjungi. Lokasinya berada di Desa Beji Jong Kecamatan Trowulan Mojokerto



BEJIJONG TOURISM VILLAGE

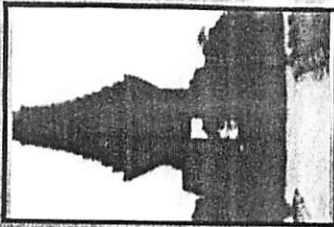
It is an artificial Tourism which provide various culture potencie such as : the archaeological sites of Mojopahit Kingdom (Brata Temple, Gentong Temple, and Siti Inggil). Cor kunings handycrafts, silver and gold handycrafts and many other potencie which are interested to be visited. Its location is at Beji Jong Trowulan



dan pada sayap kanan dihiasi relief cerita Ramayana. Kanan kiri pintu diberi pahatan berupa binatang bertelinga panjang. Gapura ini ada hubungannya dengan Raja Jayanegara. Lokasinya berada di Dukuh Kraton Desa Temon Kecamatan Trowulan.

BAJANG RATU TEMPLE

The gate whose shape is PADUKARAKSA gate has three part: foot, body and roof. It has wing and the wall fence in its both side. This decorated by the relief. In the roof part are Kala head, Garuda head and Sun, Snake with Foot, Garuda head and relief of one eye. In the foot part describe the story of Sri Tanjung. It has function as the protection of the danger. In the right wing is decorated the relief of Ramayana. Story. In the right and the left door is carved animal with long ear. This gate was as the entrance gate to the holy building. This gate has relation with Jayanegara King. Its location is at Kraton - Temon - Trowulan



4. CANDI TIKUS

Candi Tikus merupakan replika atau lambang Mahameru. Candi ini disebut Candi Tikus karena sewaktu ditemukan merupakan tempat bersarangnya tikus yang memangsa padi petani. Arsitektur bangunan melambangkan kesucian Gunung Mahameru sebagai tempat bersemayamnya para dewa. Menurut kepercayaan Hindu, Gunung Mahameru merupakan tempat sumber air Tirta Amerta atau air kehidupan, yang dipercaya mempunyai kekuatan magis dan dapat memberikan kesejahteraan, dari mitos air yang mengalir di Candi Tikus dianggap bersumber dari Gunung Mahameru. Lokasinya berada di Desa Temon Kecamatan Trowulan.

Tikus temple

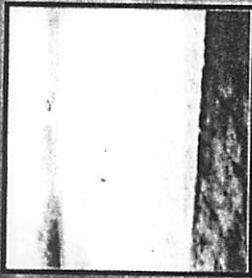


TIKUS TEMPLE

This temple a symbol of Mahameru. It was called Tikus Temple because it was the nest of nice. The architecture of building symbolize the hollines Mahameru Mountain as the living place of the gods. According Hindu belief, Mahameru Mountain was a place of Tirta Amerta Water Resources - the water of life. It was a believe that it had magical power and could give welfare. Based on the myth, the water that flows to Tikus Temple was from Mahameru Mountain. Its location is located at Temon - Trowulan.

SEGARAN POOL

Segaran pool is the biggest ancient pool which described Mojopahit Kingdom's ability to adapt with its environment. According to the story, this pool was used to recreated and served the guest of Mojopahit Kingdom. The location of this building is at Trowulan.



6. MUSEUM TROWULAN

Tempat menyimpan benda-benda kuno peninggalan kerajaan Mojopahit juga untuk tempat studi bagi para pelajar dan mahasiswa serta bisa untuk tempat rekreasi. Lokasinya berada di Desa Trowulan Kecamatan Trowulan sebelah Pendopo Agung Trowulan.



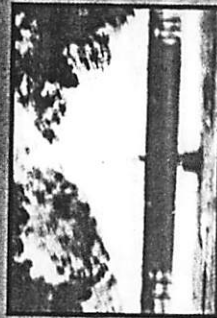
TROWULAN MUSEUM

Place to keep the ancient thing of Mojopahit Kingdom. It also a place study especially for the pupils and students. Beside that it can also be functioned as the recreation place. Its location is at Trowulan.

7. PENDOPO AGUNG

Sabua bangunan khusus khas nuansa Mojopahit dan sering difungsikan sebagai tempat pertunjukan kesenian, studi, tour, lomba, tempat pertemuan dengan suasana yang teduh dan nyaman juga sebagai tempat istirahat / rekreasi. Lokasinya berada di Desa Temon Kecamatan Trowulan.

The Great Building



THE GREAT BUILDING

It is specific building with the nuance of Mojopahit. It is often functioned as the place of art performance, study tour, the meeting place with comfortable and cool situation, the rest place. Its location is a Temon - Trowulan.



SITI INGGIL GRAVE

It was the meditation place of the first Mojopahit King (R. Wijaya Kertajaya Jayawardhana) According to the story, it was "Punden", which was called LEMAH GENENG (Siti Inggil) in front of Siti Inggil, there are two graves - the graves of Sapu Angin and Sapu Jagat. This graves is visited by many local of foreign visitors every Friday Legi. Its location is at Kedungwulan Bejjong Trowulan.

9. MAKAM PUTRI CAMPA

Makam putri Campa merupakan makam bangsawan atau keluarga kerajaan Mojopahit yang memeluk agama Islam. Jumlah nisan ada dua tempat, di makam utama dan di halaman II. Makam ini dikeramatkan dan sering dikunjungi pada hari malam Jum'at Legi. Lokasinya berada di Desa Unggahan Kecamatan Trowulan.



CAMPA PRINCE GRAVE

It is grave Mojopahit Family who were Moslem. There are two gravestone, one is in grave and another is in the second yard. Many visitors visit to the place, especially on the night of Jum'at Legi. Its location is at Unggahan Trowulan.

Kamis, 12/07/2007 01:24 WIB

Jatim Kembangkan Desa Wisata

SURAEAYA - Untuk mengembangkan pariwisata, tahun ini Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Timur (Jatim) memfokuskan pengembangannya pada Desa Wisata.

Untuk tahap pertama, ada tiga desa wisata yang akan dikembangkan, yakni Desa Bejijong Kec Trowulan Kabupaten Mojokerto, Desa Bumiaji Kota Batu, dan Desa Wonosari Kec Tutar Kab Pasuruan.

"Kami melihat potensi desa-desa di Jatim ini cukup banyak dikembangkan. Konsep desa wisata ini, tidak hanya memajukan pariwisata di Jatim, tapi juga perekonomian masyarakat sekitarnya," kata kasubdin SDM dan PSM (Peran Serta Masyarakat) Dinas Pariwisata Provinsi Jatim Rudy Supriyanto, kepada wartawan, saat persiapan *press tour* 2007, di kantornya, Rabu (11/7/2007).

Dijelaskannya, untuk menjadi desa wisata, tidak memerlukan persyaratan yang rumit. Pada dasarnya, yang dibutuhkan hanya keasrian, keunikan, dan potensi bisnis yang cukup untuk dikembangkan.

Dicontohkannya, di desa Bejijong, selain disana ada peninggalan budaya dan sejarah Majapahit, juga terdapat sentra kerajinan perak dan kuningan, serta kerajinan patung batu. Selanjutnya, di desa Wonosari, pengunjung juga akan dimanjakan dengan wisata agribisnis kebun apel dan durian, serta yang unik yakni mengetahui cara merawat sapi perah.

Untuk permasalahan infrastruktur, seperti jalan dan sarana tempat menginap bagi wisatawan, tergantung kerjasama provinsi dengan kabupaten/kota setempat," imbuhnya.

Hingga akhir tahun ini, pemerintah masih akan terus mengkaji desa-desa lain yang bisa dikembangkan. Salah satu caranya dengan meneliti laporan yang disampaikan dinas pariwisata setempat. Hingga kini, sudah ada dua kabupaten yang menawarkan desanya untuk dijadikan desa wisata, yaitu Probolinggo dan Bondowoso.

Pada 2005 terdapat 222 objek, tapi pada 2006 jumlahnya hanya 163. "Diharapkan dengan pengembangan desa wisata, akan memberi banyak pilihan bagi wisatawan peminat kategori tersebut," ucapnya (yunice aprily/sindo/fit)

NEWS



News
Kamis, 25/10/07 18:12 WIB
Over Meledak, Pabrik Kayu Terbakar
News
Kamis, 25/10/07 17:55 WIB
Sutoyo Masih di Komnas HAM
News
Kamis, 25/10/07 17:47 WIB
Intensifkan Pengawasan Rel, I
Purwokerto Pantau Setiap 2 Ji
News
Kamis, 25/10/07 17:42 WIB
Presiden Tak Berhak Intervensi
News
Kamis, 25/10/07 17:35 WIB
Draft Nama Pengganti Sutoyo
Pekan Ini

SUARA KAMPUS



- Mahasiswa Abbas Netra
- Visi Indonesia
- Sultit Tercap
- FK UGM Me Baru

SUARA PARPOL



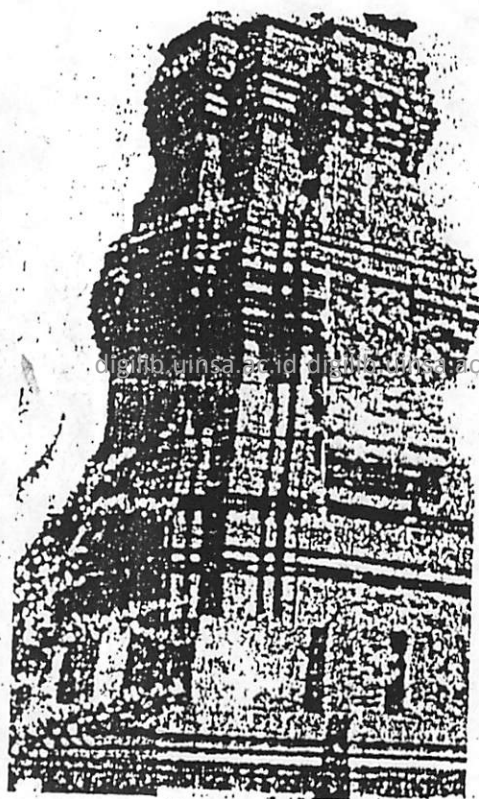
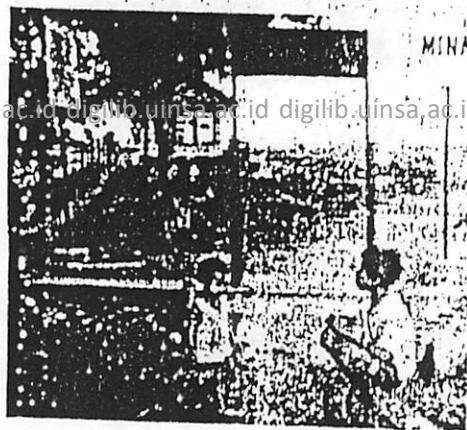
- Mbah Tardj Tolak Judic
- Wakil Ketua Penyegehan
- Pembahasa "Indon" di F
- Malaysia Dik Cukup

Bengkulu diguncang gempa 7 SR pada pukul 04.06 WIB. Gempa yang berpusat di 166 km arah barat laut Bengkulu dengan kedalaman 10 km ini

Riwayat Singkat:
 Dikalangan masyarakat awam candi Menak Jinggo ini disebut juga sebagai Sanggar Pamelengan. Menurut laporan lama dahulu ditempat ini terdapat sebuah arca seorang wanita berbadan seperti Ikan dan sebuah arca wanita berbadan seperti ikan dan sebuah raksasa bersayap yang dikenal sebagai arca Menak Jinggo. Kedua arca tersebut disimpan di museum purbakala Trowulan. Dalam penggalian percobaan yang dilaksanakan disitus ini pada bulan Februari sampai Nopember 1977 diperoleh data adanya tiga lapisan pondasi lama. Pondasi paling atas susunanya tidak teratur dan arahnya pun berbeda dengan lapisan pondasi bawah berupa susunan batu berdenah persegi dengan bagian yang menjorok di penampillan disebelah barat. Ditemukannya lapisan pondasi yang susunanya saling berbeda memang cukup membingungkan. Beberapa ahli purbakala menghubungkannya candi Menak Jinggo dengan bekas Ibu Kota Majapahit. Melihat bongkahan batu ber relief yang terdapat dilapangan dalam ukuran yang cukup besar kemungkinan dahulu bangunannya juga besar. Bagaimana keadaan kekunaan yang sebenarnya masih menunggu hasil penelitian ahli purbakala dimasa datang.

Candi Menak Jinggo

Terletak di Dukuh Unggah-Unggahan Desa Trowulan Kecamatan Trowulan. Dapat ditempuh dari perempatan Trowulan kurang lebih 1,5 Km. Dari Kolam Segaran kurang lebih 100 meter. Bangunan kekunaan yang tinggal reruntuhnya saja itu terletak disobuah gundukan tanah seluas 2370 m².



Pemerian:

Kalau kita perhatikan bentuk bangunan gapura seperti sebuah candi yang dibelah menjadi dua dari atas kebawah s' rna bentuk kemudian diletakkan renggang. Bentuk gapura seperti ini disebut model "Candi Bentar". Juga disebut "Gapura Gapit" atau "Gapura Belah". Di Bali Selata 1 di sebut "Candi Gibah" atau "Sibak". Tinggi gapura selatan 13,70 meter sedang sisi utara tersisa 7,50 meter dengan ambang lebar 3,47 meter dan panjang 9,10 meter. Pada bagian-bagian tertentu gapura telah dikonsolidasi (tambal sulam) khususnya bagian undak-undakan. Bangunan kekunaan menempati areal tanah seluas 616 m².

Candi Brahu

Terletak di Desa Bejjong Kecamatan Trowulan. Dari jalan raya Mojokerto-Jombang dapat ditempuh dari museum lama yang kini menjadi kantor suaka peninggalan sejarah dan purbakala Jatim. Dari sini menyeberang jalan ke utara sejauh 1,8 Km.

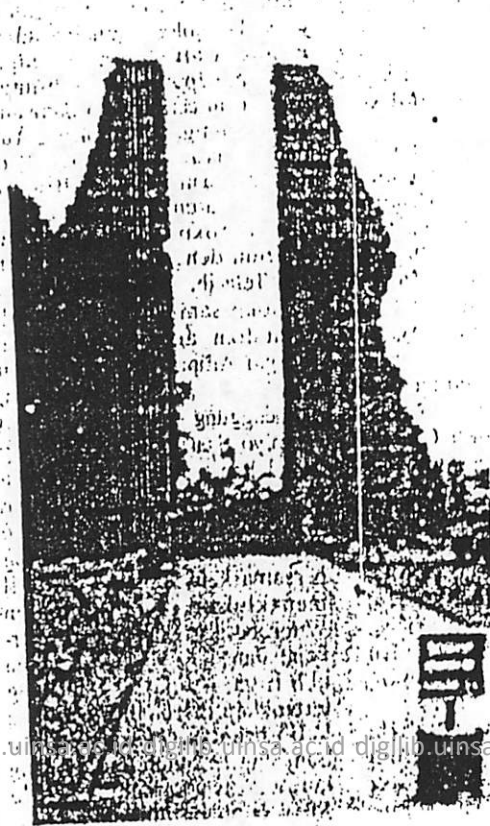
Riwayat Singkat

Candi Brahu adalah bangunan candi dalam pengertian yang sebenarnya. Bagian-bagian dari sebuah candi umumnya terdiri dari : kaki, yakni bagian bawah, tubuh, yang terletak dibagian tengah dan atap atau mahkota dibagian atas. Bagian atap candi yang diduga berbentuk piramidal telah runtuh. Menurut daftar inventaris lama, di sekitar Candi Brahu dahulu juga terdapat bangunan candi-candi yang lain yang dikenal

Iki Lho Rek...!!

Wisata Trowulan

Gapura Wringin Lawang



Bangunan kekunaan ini terletak di Dukuh Wringin Lawang Desa Jati Pasar Kecamatan Trowulan, tidak jauh dari KM. 11 jalan raya jurusan Mojokerto - Jombang. Dari jalan raya masuk sedikit ke arah selatan sejauh kurang lebih 200 meter.

Riwayat Singkat :

Di sebut Wringin Lawang karena dahulu disini terdapat sepasang pohon beringin yang letaknya yang tidak begitu jauh dari bangunan kekunaan. Gapura Wringin Lawang yang kadang-kadang disebut "Candi" seluruhnya terbuat dari bahan batu merah dan masih dalam keadaan polos tanpa hiasan. Umumnya orang menghubungkannya dengan gapura masuk ke Ibukota Majapahit yang terletak dibagian utara, andaikata demikian tentunya aung gapura harus menghadap arah utara-selatan, sementara arah gapura Wringin Lawang menghadap ke arah timur-barat. Sambil menunggu hasil penelitian lebih lanjut, gapura ini diduga sebagai salah satu gapura masuk ke suatu kompleks bangunan yang ada di Majapahit.

dengan nama Candi Gentong, Candi Gedong dan Candi Tengah. Diantara candi-candi yang disebutkan diatas hanya candi gentong yang terletak disebelah timur Candi Brahu yang masih dapat dilihat sisa-sisanya, lainnya telah lama runtuh dan belum ditemukan bekas-bekasnya.

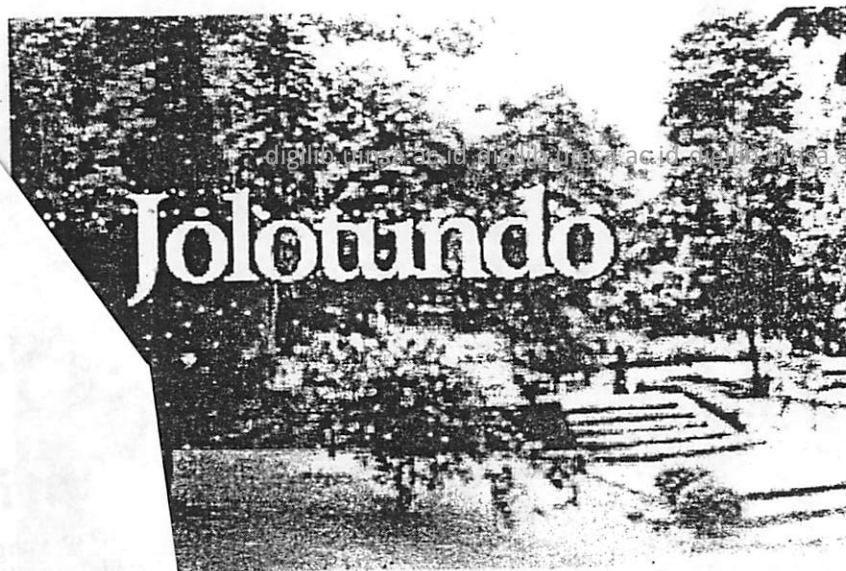
Di sekitar kompleks Candi Brahu pernah ditemukan benda-benda kuno antara lain, berupa benda-benda dari emas dan perak, 6 buah arca yang bersifat agama Budha dan piring perak yang bagian bawahnya bertuliskan kuno, benda-benda tersebut di simpan di museum pusat. Pada tahun 1963 kira-kira 45 meter disebelah barat daya Candi Brahu telah ditemukan 4 lempeng prasasti tembaga dari zaman Empu Sindhok, kini benda tersebut di simpan di museum purbakala Trowulan.

Pemerian :

Bangunan kekunaan seluruhnya terbuat dari bahan bata merah dan masih dalam keadaan polos. Denah bangunan berbentuk hampir bujur sangkar dengan ukuran sisi-sisinya 18,50 meter X 20 meter. Pada keempat sisi-sisinya terdapat bagian-bagian yang menjorok ke luar yang di sebut penampil. Penampil depan tampak lebih panjang dari penampil belakang. Pada sisi barat terdapat bagian yang menjorok ke dalam yang menuju ke bilik candi. Bagian ini merupakan tangga masuk ke bilik candi. Di bilik candi ada bekas-bekas altar atau meja sesaji. Tinggi seluruh bangunan 17,21 meter. Bangunan di duga bersifat Buddhis, ada dugaan dari awal Majapahit tetapi ada yang menduga dari abad XV. Bangunan candi dalam keadaan parah, selain konsolidasi kini sedang dalam proses pemugaran.

Ada kepercayaan di sinilah perabuan raja-raja Brawijaya I sampai IV, namun dalam penelitian belum pernah ditemukannya adanya bekas-bekas abu mayat.

Candi Jolutundo

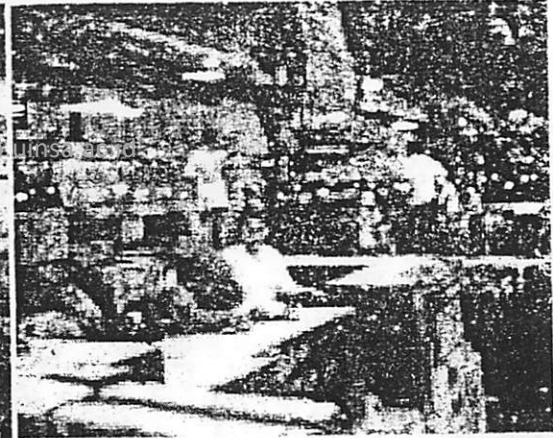


Jolutundo terletak di
ara gunung
an, Desa
camatan Trawas.
Surabaya + 55
capai dengan
roda 2 maupun

ndotundo merupakan
an yang di buat
airlangga ()
Berukuran
lebar 13, 52 M
20 M. Terbuat
yang di pahat

Candi ini merupakan
monumen cinta kasih Raja
Udayana untuk menyambut
kelahiran anaknya, prabu
Airlangga yang dibangun pada
tahun 997 M. Sumber lain
menyebutkan bahwa candi ini
adalah tempat pertapan airlangga
setelah mengundurkan diri dari
Singgasana dan di ganti
anaknya.

Keunikan petirtaan ini
adalah debit air yang tidak
pernah berkurang meskipun
musim kemarau. Berdasarkan



" Misalnya jumat legi /
Kliwon, hari besar Nasional dan
sabtu suro, pengunjung banyak
ramai berdatangan," Jelas
dikatakan oleh Kasubdin
Pemasaran Disparbud Ir.H B
Purbantoro SE MM.

Lebih lanjut dikatakan
Bambang, bahwa disekitar candi,
disediakan pendopo dan gazebo
untuk menikmati suasana sejuk
dan nyaman. Kawasan Jolutundo
juga dapat di jadikan titik awal
menuju 17 candi lain yang
tersebar di sepanjang jalur



Radar Minggu

R D A S • T A J A M • A K T U A L

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

9 Maret-04 April 2004

Coban Canguggu Kecewakan Wisatawan

Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, merupakan kawasan peninggalan kerajaan besar Majapahit. Dengan pesona wisata yang lengkap berupa wisata alam, wisata budaya utamanya obyek-obyek wisata peninggalan sejarah, merupakan perpaduan yang harmonis dengan citra, karisma dan daya tarik yang sangat menawan bagi wisatawan manca negara.

Letak Kabupaten Mojokerto yang sangat strategis, berada di lintasan jalur tujuan wisata Yogyakarta, Solo, Bromo dan Pulau Dewata Bali.

Dalam nuansa alam pegunungan yang terasa sejuk dan rimbunan pohon yang masih alami membuat air terjun Coban Canguggu sebagai tempat tujuan wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi. Namun, di balik kesemuanya itu, setelah terjadi musibah bencana alam tahun 2002 lalu, rupanya dari pihak Pemkab. Mojokerto, tidak pernah menyentuh atau memperhatikan sama sekali tempat wisata air terjun Coban Canguggu.

Hingga salah satu rombongan wisatawan, Ir. Hadi Gunawan asal Desa Pemalang Krajan, Solo mengatakan kepada Radar Minggu, merasa kecewa atas kunjungannya. Untuk mencapai air terjun, rombongan sangat terganggu oleh keberadaan jalan. Karena, adnaya jalan sepanjang 50 meter rusak dan jembatan sekitar 20 meter putus. "Seharusnya, Pemkab Lebih tanggap terhadap kenyamanan wisatawan. Untuk menikmati air terjun Coban Canguggu, harus melewati jembatan yang terputus", jelas Gunawan.

Sebenarnya, minat wisatawan untuk berkunjung



Pasca bencana alam 2002 lalu, Pemkab. Mojokerto, tidak lagi 'menyentuh' wisata Coban Canguggu.

ke air terjun Coban Canguggu, cukup tinggi. Diantaranya, rombongan yang melihat langsung air terjun yang masih alami ini, dari beberapa daerah. Yakni, Cirebon, Tegal, Jakarta, Bandung, dan daerah lain

baca "Coban.." hal 15

COBAN...DARI HAL 6

Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemkab. Mojokerto, Rahmad Hidayat, SH mengatakan, rusaknya jalan dan jembatan tersebut karena bencana alam.

"Untuk perbaikannya, saya sudah mengajukan anggaran ke Pemkab, agar secepatnya di renovasi kembali. Sehubungan dengan adanya peningkatan para wisatawan yang akan menikmati keindahan air terjun Coban Canguggu," jelas Rahmad.

[alex suhana]

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id



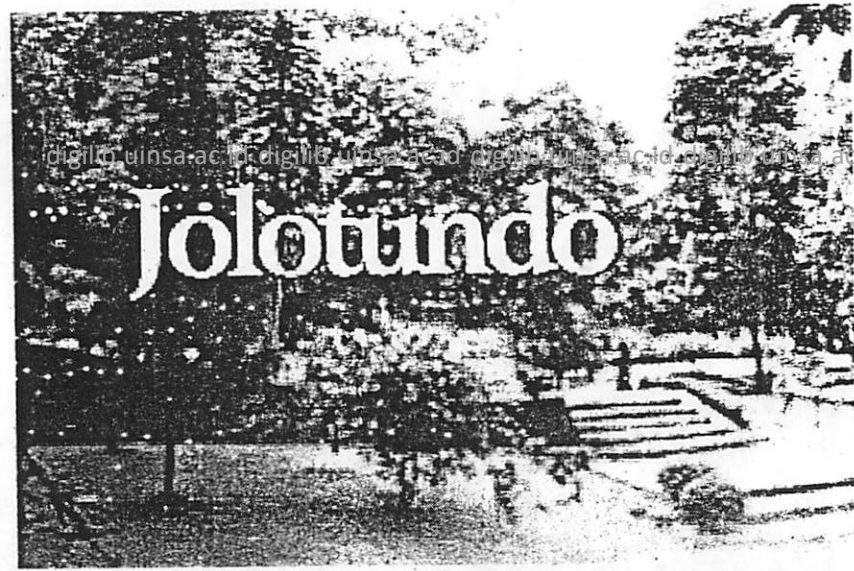
. Tari Gantar

Tarian yang menggambarkan gerakan orang menanam padi. Tongkat menggambarkan kayu numbuk sedangkan bambu serta biji-bijian dalamnya menggambarkan benih padi dan wadahnya.

Tarian ini cukup terkenal dan sering disajikan dalam penyambutan tamu dan acara-acara lainnya. Tari ini tidak hanya dikenal oleh suku Dayak Tunjung namun juga dikenal oleh suku Dayak Benuaq. Tarian ini dapat dibagi dalam tiga versi yaitu tari Gantar Raya, Gantar Sai dan Gantar Senak/Gantar Kusak.

. Tari Kancet

Candi Jolutundo

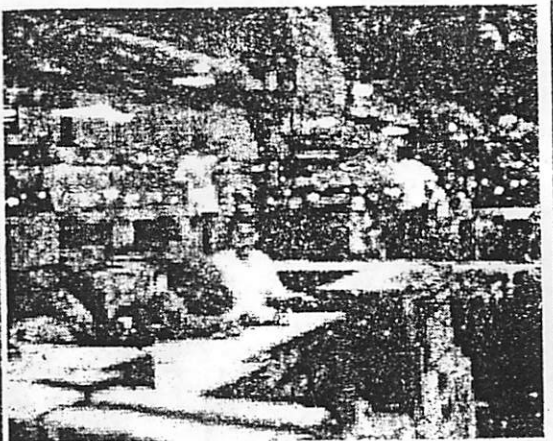


Candi Jolutundo terletak di lereng utara gunung Penanggungan, Desa Selolaiman, Kecamatan Trawas. Jarak dari Kota Surabaya + 55 KM, dapat di capai dengan kendaraan pribadi roda 2 maupun roda empat.

Candi Jolutundo merupakan bangunan petirtaan yang di buat pada zaman airlangga (kereajaan kahuripan). Berukuran panjang 16, 85 M, lebar 13, 52 M dan kedalamannya 5, 20 M. Terbuat dari batu andesit yang di pahat

Candi ini merupakan monumen cinta kasih Raja Udayana untuk menyambut kelahiran anaknya, prabu Airlangga yang dibangun pada tahun 997 M. Sumber lain menyebutkan bahwa candi ini adalah tempat pertapaan airlangga setelah mengundurkan diri dari Singgasana dan di ganti anaknya.

Keunikan petirtaan ini adalah debit air yang tidak pernah berkurang meskipun musim kemarau. Berdasarkan



" Misalnya jumat legi / Kliwon, hari besar Nasional dan sabtu suro, pengunjung banyak ramai berdatangan, " Jelas dikatakan oleh Kasubdin Pemasaran Disparbud Ir.H B Purbantoro SE MM.

Lebih lanjut dikatakan Bambang, bahwa disekitar candi, disediakan pendopo dan gazebo untuk menikmati suasana sejuk dan nyaman. Kawasan Jolutundo juga dapat di jadikan titik awal menuju 17 candi lain yang tersebar di sepanjang jalur



Liputan Wisata Mojokerto (12)

Bukti Masuknya Islam Di Majapahit

SESAT Kita juga sejour m. Mojokerto dengan segala persona nyimak liputan sejarah dan alim Mojokerto dengan segala persona didalarnya, kini giliran kita mengungkap sejarah masuknya agama Islam yang pernah menjadi bagian dari pertumbuhan Kera- jaan Majapahit. Seperti biasa liputan Djoko Erlangga, kali ini menyajikan liputan wisatanya Makam Troloyo menjadi liputan terbaru untuk anda.

Troloyo adalah nama sebuah makam yang terletak di Dusun Sidosadi, Desa Sentonorejo, Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Jika ditempuh, jaraknya sekitar 15 km dari jantung kota Mojokerto. Konon menurut cerita dari sesepuh desa setempat, yang juga mantan Kades Sentonorejo, Alm. Suratmaji Kutaraja atau Kedaton, luasnya mencapai 10 km dari barat, selatan, timur dan Utara.

Makam Troloyo sendiri lokasinya terletak di selatan Dusun Kedaton. Kedaton adalah nama lain Keputran atau tempat tinggal keluarga Raja. Dari hasil penelitian dikemukakan bahwa agama Islam ditemukan di Troloyo, pada abad ke-13.

1 Februari 1887, Seorang penc-

Nisan dari Troloyo dengan kalimat Thayibah dan ragam hias Jawa Kunc Makam Troloyo

Ini asal negara Belanda. Miwe- Van Den Berg sekitar tahun 1957, pernah mencatat tulisan Arab yang berada di batu nisan Troloyo, ia menganalisa jika tulisan tersebut tidak begitu bagus bahkan ia berani menyatakan jika tulisan nisan Troloyo berasal dari bangunan Hindu yang tidak mempunyai nilai Arkeologis.

Namun pendapat itu ditepis oleh LCH Darmas (1957). Ia mengemukakan bahwa nisan Tro-

loyo mengandung arti penting.



Khususannya tentang proses pergantian agama di Jawa, yakni di Majapahit. Sebab penyebaran agama Islam di Majapahit waktu itu, dikonsentrasikan di situs Troloyo yang letaknya di lingkungan Kedaton Majapahit. Konon dulunya, sebelum perang dunia II, sekitar makam Troloyo sangat teduh dengan banyak ditumbuhi pohon jati disekitarnya.

Namun sayangnya keberadaan kayu jati itu sekarang telah sirna akibat ditebang besar-besaran oleh warga dulunya. Kadin Parwisata Kabupaten Mojokerto, H. Rachmad, Hidayat, SH, MSI didampingi Kabid Pengembangan Drs H Bambang Purbantoro, MM, dimintai konfirmasi mengenai letak makam Troloyo membentangkan jika lokasinya berada dalam lingkungan Kedaton Majapahit (eri).

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

UTAN WISATA MOJOKERTO (8)

Air Terjun Dlundung Jadi Favorit Keluarga

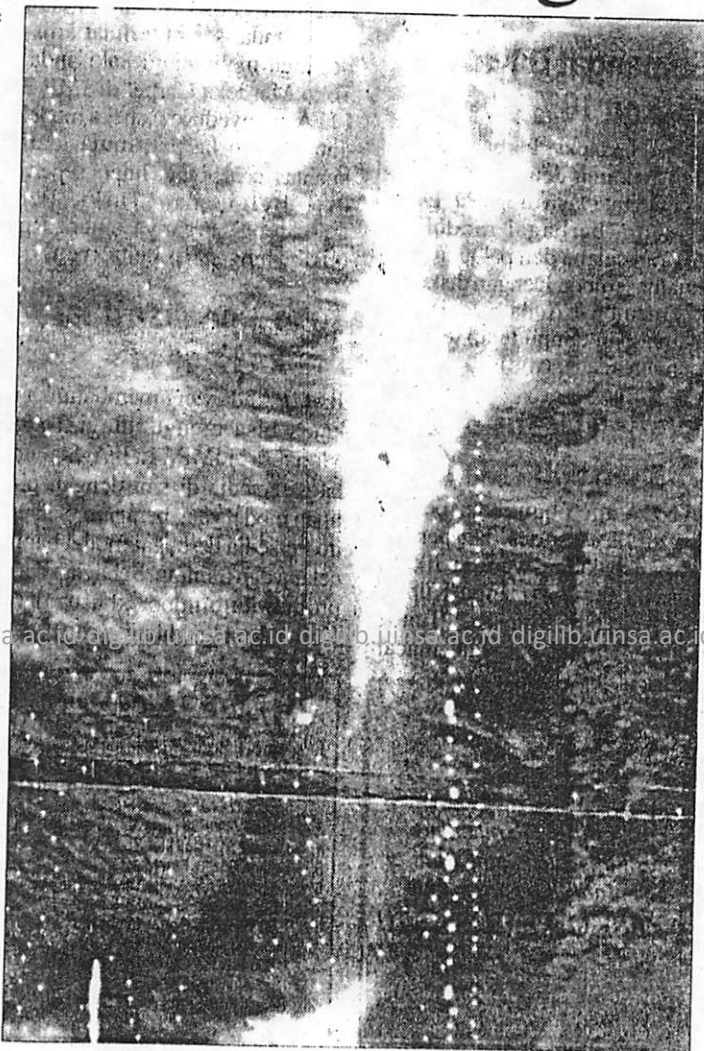
SAH beberapa episode kan liputan wisata sejarah ten Mojokerto, diantaranya candi - candi peninggalan kerajaan Majapahit, Tabaya Pagi mulai mengobrol untuk sejenak berbagi dengan mengulas liputan wisata alam di Kabupaten Mojokerto.

Salah satu daerah tujuan wisata di propinsi Jawa Timur Mojokerto memiliki berbagai daya tarik wisata yang menarik. Wisata pegunungan Pacet dan Trusmi merupakan kawasan wisata yang bisa memberikan tantangan tersendiri dengan alamnya. Nah... untuk menikmati keindahan alam itu, mari kita simak liputan reportase wisata Air Terjun Dlundung di Desa Dlundung, Kecamatan Trawas, Mojokerto bersama Djoko SH, Msi berikut ini.

Udara siang begitu sejuk tampak berawan menutupi pancaran sang air tidak segan memanasi Tabaya Pagi mulai menjajal tinggi dan berliku lokasi air terjun Dlundung.

Jalan masih tampak dengan hilir mudik roda empat. Dan setelah menempuh dua jam dari arah kota atau sekitar 40 kilometer selatan Mojokerto, Tabaya Pagi sampai juga ke lokasi favorit itu.

Dari bentuknya, wisata Air Terjun Dlundung memang memikat hati, apalagi dengan suasana hutan pegunungan yang sangat alami. Salah satu wisata alam Mojokerto ini



sp/djoko erlangga

Air terjun Dlundung, di Trawas menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

memang memiliki nuansa alam pegunungan yang terasa sejuk, rimbunan pohon yang masih alami menjadikan air terjun Dlundung menjadi tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi.

Wana wisata ini juga semakin menjadi favorit lantaran mudahnya sarana transportasi untuk dapat masuk menuju lokasi itu. Tak

heran jika di hari-hari libur seperti hari Minggu, tempat ini banyak dipenuhi dengan para pengunjung.

Selain cocok untuk bersantai melepas lelah, wisata air terjun Dlundung juga dapat dipergunakan untuk belukamah. Sebab didalamnya juga disediakan lahan luas dan nyaman untuk hobi tersebut. (erf)

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Surabaya Pagi

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

UTAN WISATA MOJOKERTO (5)

Candi Bajang Ratu Miliki Banyak Relief

SAH kita mengulas secara entang keberadaan Candi di Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto, kini di Surabaya Pagi, mem-

berikan liputan tutur tentang kekayaan wisata sejarah di Kabupaten Mojokerto. Karena seperti yang kita ketahui dari catatan sejarah dan beberapa

prasasti yang layak dipercaya menunjukkan bahwa, pusat pemerintahan kerajaan Majapahit berada di Wilayah Kabupaten Mojokerto tepatnya di Trowulan. Dan dalam liputan kali ini, Djoko Erlangga, SH, MSI kembali mengetengahkan liputan wisata sejarah yakni Candi Bajang Ratu yang terletak di Kec. Trowulan, Kab. Mojokerto.

Candi Bajang Ratu merupakan satu diantara sekian peninggalan kerajaan Majapahit yang sangat berharga. Candi yang bentuknya menyerupai gapura ini, memiliki ketinggian 16,1 meter, lebar 6 meter dan panjang 6,74 meter. Seperti candi-candi lainnya, bahan utama Candi Bajang Ratu banyak didominasi batu bata merah.

Bentuk bangunan Candi Bajang Ratu berupa gapura Paduraksa yang terdapat sayap kanan dan kiri. Candi ini juga dihiasi oleh relief kepala garuda, matahari diapit naga, kepala kala diapit singa dan bipatang bertelinga panjang. Di bagian sayap terpapat relief cerita raris dan pada bagian kaki candi terpapat relief cerita Sritanjung. Candi ini memiliki hubungan erat dengan Raja Jaya Negara.

Candi ini dulunya difungsikan untuk gapura masuk menuju bangunan suci. Mitos yang berkembang di sekitar warga setempat, dulunya Candi ini pernah dijadikan tempat bunuh diri oleh seorang ratu Majapahit lantaran masalah cinta. (erl)



Bajang Ratu mempunyai kekhasan tersendiri banyak reliefnya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

WISATA MOJOKERTO BAG 1 (BERSAMBUNG)

Kolam Segaran Bukti Kesombongan Raja Majapahit

MOJOKERTO (Sby. Pagi) - Pagi yang cerah, terlihat sang mentari basah tertindih buiran embun nampak masih malu memberikan sinarnya, daun-daun terlihat basah tertindih buiran embun pagi, Selasa (14/10), wartawan Surabaya Pagi mulai menapakkan kakinya di jalanan setapak beraspal menuju obyek wisata Kolam Segaran, kondisi masih tampak lengang. Hanya satu dua kendaraan yang tampak melintas di jalanan itu.

Memang di Ds. Segaran,

Kec. Trowulan, Kab.

Mojokerto pemukimannya tidak begitu padat dibanding desa lainnya. Desa yang alir dengan sentuhan kerajinan Majapahit ini menyimpan kekhasan alam ningrat.

Banyak peninggalan-peninggalan Majapahit yang masih tersisa diantara bangunan-bangunan modern,

diantaranya yakni Kolam Segaran.

Setelah melakukan perjalanan panjang, akhirnya Surabaya Pagi berhenti pada satu lokasi. Lokasi dimana terdapat sebuah kolam raksasa bekas peninggalan Kerajaan Majapahit. Kolam itu tampak indah dan megah,

disekelilingnya dipadati dengan tumpukan batu merah kuno yang tersusun rapi mengelilingi kolam.

sedemikian rupa hingga terkesan mewah. Ini sesuai dengan cerita bahwa pada masa itu, berdirinya



Salah satu sudut kolam segaran yang masih terjaga keasriannya

Sesaat Surabaya Pagi menapak kedalam kolam, dipandanginya kejernihan air yang mengair didalamnya.

Akhirnya tanpa si dar terbesit pikiran untuk mencoba masuk dan merasakan segarnya air itu. Tapi sayang itu tak mungkin, sebab kolam yang termasuk peninggalan bersejarah ini tidak dimanfaatkan untuk kolam pemandian umum.

Memang benar, dulu Kolam raksasa berukuran panjang 375 m, lebar 175 m, tinggi 3,16 m dan lebar dinding 1,6 m, dengan undak-undak masuk berada disebelah barat kolam dan memiliki teras dengan ukuran panjang 10,4 m dan lebar 8,4 m

itu hanya digunakan sebagai simbol pamer kekayaan kerajaan kepada para tamu agung kerajaan Majapahit.

Tak heran jika bangunannya dibentuk

kolam Segaran, karena saat i Raja Majapahit ingin memamerkan kekayaannya pada para tamu kerajaan, dengan cara membuat seluruh peralatan makan ser piring, sendok, cangkir dsb, kedalam dasar kolam ini dipakai menjamu para tamu.

Hal ini dibenarkan oleh penuturan Kabid Pengembaraan dan Pemasaran Dinas Pariwisata, Mojokerto, Drs. H. B. Purbantoro, MM.

Ditemui Surabaya Pagi kantornya, Bambang Purbantoro banyak menceritakan kisah Segaran, diantaranya masa pemugaran. Kolam yang dikategorikan candi ini dibangun tahun 1976 dan rampung tahun 1983. " Kolam Segaran adalah benda peninggalan yang tak ternilai harganya itulah kami selalu menjaga memeliharanya dengan baik ungap Bambang. (erl)

TRADISI KOMUNIKASI MAHASISWA MADURA

**(Study Deskriptif di Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)**

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Sosial (S.Sos) dalam Bidang Ilmu Komunikasi**

PERPUSTAKAAN	
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA	
No. KLAS K	No. REG : D-2007 / KOM / 052
D-2007 052	ASAL PUKUL:
KOM	TANGGAL :

Oleh :
MUHAMMAD THOLIB
NIM. BO 6302006



digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS DAKWAH

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2007

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

ASTUCIA AWAIGANAM IGAMUNUMON IEMIANI

de-wiki eadititit it itigintit vintit

de-wiki eadititit itigintit vintit itigintit vintit

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

IGAMUNUMON

de-wiki eadititit itigintit vintit itigintit vintit itigintit vintit

de-wiki eadititit itigintit vintit itigintit vintit itigintit vintit

de-wiki eadititit itigintit vintit itigintit vintit itigintit vintit



digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

ASTUCIA AWAIGANAM IGAMUNUMON IEMIANI

MADEKAT GATJUNAY

IGAMUNUMON URMU KUTU MADEKAT

TOOS

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Skripsi oleh **Mohammad Tholib** ini, telah diperiksa dan disetujui untuk
diujikan

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Surabaya, 22 Juni 2007
Pembimbing



Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si.
NIP. 150 206 238

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

PENGESAHAN TIM PENGUJI

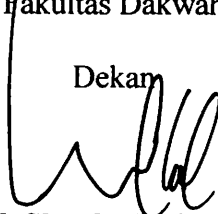
Skripsi oleh **Mohammad Tholib** ini telah di pertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Surabaya, 31 juli 2007

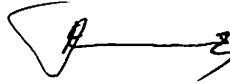
Mengesahkan
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Dakwah

Dekan



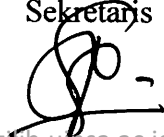
Prof. Dr. H. Shonhadji Sholeh, Dip. Is
NIP. 150 285 150

Ketua



Drs. Yoyon Mudjiono, M. Si
NIP. 150 206 238

Sekretaris



digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Suryani S. Ag. M. Si
NIP. 150 368 423

Penguji I



Drs. H. M. Nadzim Zuhdi, MM
NIP. 150 152 383

Penguji II



Moch. Choirul Arief, S. Ag. M. Fil. I
NIP. 150 285 020

MOTTO

“Dengan bahasa, manusia bisa hidup mulia”

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id



digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id



digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan kepada:

1. Ayahanda & Ibunda, terima kasih atas limpahan kasih sayang, doa, materi, kesabaran dan semuanya
2. Saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa memanjatkan doa, demi lancarnya pendidikan saya di IAIN Sunan Ampel Surabaya.
3. Keluargaku di Blitar, terima kasih atas dorongan semangatnya
4. Untuk para guru MI, MTSN, MAN, yang sampai saat ini masih tetap mengajar dengan sabar, meskipun dengan gaji pas-pasan.
5. Para dosen Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya
6. Untuk para sohibku yang ada dikampung Tritunggal Babat Lamongan
7. Rekan-rekan LPM ARA-AITA Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya
8. Dan untuk seluruh kawan-kawan IAIN Sunan Ampel Surabaya, baik yang sudah lulus maupun yang belum, baik yang hidupnya masih susah dan yang hidupnya sudah bahagia.

ABSTRAKSI

Mohammad Tholib, 2007: *Tradisi Komunikasi Mahasiswa Madura*
(Studi Deskriptif di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya)

Tulisan ini merupakan hasil kajian lapangan yang berusaha mendeskripsikan dan melukiskan serta menganalisa tentang tradisi komunikasi yang dilakukan oleh mahasiswa Madura di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Interaksi sosial yang baik akan terbentuk karena adanya suatu komunikasi yang dapat dipahami antara kedua belah pihak yang melakukan komunikasi. Penggunaan bahasa menjadi sangat penting ketika manusia melakukan komunikasi. Pengetahuan tentang simbol-simbol verbal maupun nonverbal juga diperlukan dalam memahami suatu komunikasi. Bahasa merupakan sarana utama dalam menyatakan pikiran, perasaan dan keinginan kita. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol-simbol yang digunakan dan dipahami oleh suatu komunitas dalam berinteraksi. Sehingga pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dan dipahami oleh penerima pesan (komunikan).

Masalah yang hendak di munculkan dari fokus penelitian ini adalah bagaimana tradisi komunikasi yang dilakukan mahasiswa Madura di fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, dan simbol-simbol apa yang digunakan oleh mahasiswa Madura dalam berinteraksi dengan sesama mahasiswa Madura.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori interaksi simbolik Herbert Blumer yang mengatakan bahwa esensi dan teori interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna oleh Blumer mengkonseptualisasikan manusia sebagai pencipta atau pembentuk kembali lingkungannya, sebagai perancang dunia obyeknya dalam aliran tindakanya, alih-alih sekedar merespon pengharapan kelompok.

Tradisi komunikasi mahasiswa Madura adalah suatu tradisi komunikasi terbuka, langsung, dan penuh emosional. Bahasa yang digunakan dalam berinteraksi adalah bahasa verbal dan nonverbal, dengan dialek dan logat Madura. Meskipun komunitas mahasiswa Madura berasal dari daerah yang berbeda-beda, (Sumenep, Pamekasan, Sampang, Bangkalan) dengan dialek dan logat yang beda juga, mereka masih dapat memahami dan mengerti makna yang tersirat dalam pesan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT., yang telah memberi karunia, rahmat, serta hidayah-NYA sehingga peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir, sebagai persyaratan kelulusan program sarjana strata 1 di Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah, Program Studi Ilmu Komuniaksi. Dan tidak lupa sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW., yang telah membimbing kita dari jalan yang gelap gulita menuju jalan yang terang benerang yakni dengan agama Islam. Karena kehadirannya dapat membawa kita dalam kebaikan dan menjadi pelita hidup di dunia dan akhirat.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mengalami hambatan namun semuanya dapat diatasi berkat bantuan dan dorongan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah sudi kiranya membantu dalam terselesaikannya skripsi ini, diantaranya:

1. Ayah & Ibunda tercinta dan terkasih, terima kasih atas semuanya. “aku bukanlah apa-apa, ketika masih dalam rahimu aku bukanlah apa-apa, tatkala keluar dari rahimmu aku bukanlah apa-apa, sampai sekarang pun aku bukanlah apa-apa, tanpa pengorbanan dan kasih sayang kalian berdua aku bukanlah apa-apa”.
2. Bapak DR. H. Shonhadjisholeh, Dip. Is, selaku dekan fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membantu, memberikan petunjuk, dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Ali Nurdin S.Ag. M.Si., selaku ketua prodi ilmu komunikasi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, sekaligus pemikirannya dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Saudara-saudaraku tercinta; Moch.Tito sekeluarga, Siti Kuniyati sekeluarga, dan yang paling manis and imoet-imoet adiku Nur Aini, *I miss you.*
6. *My life partner is a girl that ch!k! 's love, thanks for your miss." I wont to spent my life time loving you"*
7. Keluargaku, Bapak Tono, Ibu Sri, Darus Arif, Nur Liya N.R, Ridwan, yang telah memberi semangat bagiku atas terselesaikanya penelitian ini. *I miss you all.*
8. Kawan-kawan LPM Ara-Aita; Erly, Nela, listy, Lea Al-Imoety, Ucik, Zubair, Alam-sha, Mala, Jack Sparrow, Bagio, Hendrik, Mullah, Malik, Masruroh, and ect.
9. Sahabat-sahabatku; Mbah Hadie, Didin, Ready, Ma'yak, syafiq, Anate, Wakjo, Jacky, Mymy Rancak, Nyot, Semi, Yana, Tembon, Doyok, fuad, Lubis, Dipo, Agus, Potter, Kenthung, Jeng, Mochin, Sholeh, Dayak, Imam, and ect.

Kiranya hanya do'a yang dapat peneliti berikan kepada semua pihak yang telah membantu perjalanan hidup peneliti. Miskipun sebenarnya dalam melangkah selalu saja ada kerikil tajam yang menghalangi, tapi itu semua dapat teratasi dengan baik.

Sadar akan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, peneliti hanya bisa memohon maaf yang sebesar-besarnya. Karena sebagai seorang manusia tidak bisa memberikan kesempurnaan. Kekhilafan milik peneliti kesempurnaan hanya milik Allah. akhir kata, ucapan maaf dan terima kasih peneliti haturkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan semoga amal baik yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan dari Allah SWT. Amin

PUSTAKAAN ANTEL SURABAYA	
No. KLAS	No. REG : <i>D-2007 / KOM 1082</i>
	ASAL PUKU :
	TANGGAL :

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
 BAB I : PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang masalah.....	1
B. Rumusan masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Konseptualisasi.....	7
F. Sistematika Pembahasan.....	9
 BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....	 11
A. Budaya.....	11
1. Konsep dasar budaya.....	11
2. Komponen Budaya.....	13
a. Pandangan hidup, Kosmologi, Ontologi.....	13
b. Bahasa, Sistem simbol.....	19
c. Konsep tentang waktu.....	20
d. Konsep jarak dan Ruang.....	21
e. Skema kognitif.....	24
f. Agama, mitos dan cara menyatakannya.....	24
g. Hubungan Sosial dan jaringan komunikasi.....	26
B. Komunikasi.....	28
1. Konsep dasar komunikasi.....	28
2. Simbol dan kode komunikasi.....	30
3. Proses komunikasi.....	33
C. Komunikasi Antar Budaya.....	35
D. Hubungan Komunikasidan Kebudayaan.....	38
E. Hubungan Masyarakat dan Budaya.....	40
F. Kerangka Teoritik.....	41
G. Kajian Kepustakaan Penelitian Terdahulu.....	44
 BAB III : METODE PENELITIAN.....	 49
A. Pendekatan dan Jenis penelitian.....	49
B. Subyek Penelitian.....	51
C. Jenis dan sumber data.....	51
D. Tehnik pengumpulan data.....	53
E. Tahap-tahap penelitian.....	56

F. Teknik Analisis Data	58
G. Teknik keabsahan data	60
BAB IV : PENYAJIAN DATA	64
A. Deskripsi Obyek penelitian	64
1. Letak geografis	64
2. Sejarah fakultas Dakwah	65
3. Latar Belakang Mahasiswa	70
B. Tradisi Komunikasi mahasiswa Madura	72
C. Simbol Komunikasi mahasiswa Madura	79
BAB V : ANALISA DATA	86
A. Hasil temuan penelitian	86
B. Konfirmasi temuan dan teori	93
BAB V : PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran-saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN	100

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk individu sekaligus makhluk sosial, manusia senantiasa berhubungan dengan manusia lainnya, ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya, karena setiap orang yang hidup dalam masyarakat sejak ia bangun tidur hingga ia tidur kembali. Secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi, terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (*social relations*) masyarakat, paling sedikit dua orang yang saling berhubungan satu sama lainnya yang menimbulkan sebuah interaksi sosial (*social interaction*), terjadinya interaksi sosial disebabkan interkomunikasi.¹

Komunikasi sangat penting perannya bagi kehidupan sosial, tradisi, politik dan pendidikan, karena komunikasi merupakan proses dinamika transaksional yang mempengaruhi perilaku, yang mana sumber dan penerimaannya sengaja menyandi (*to code*) perilaku mereka untuk menghasilkan pesan yang mereka salurkan melalui suatu saluran (*Channel*) guna merangsang atau memperoleh sikap atau perilaku tertentu sebagai konsekuensi dari hubungan sosial²

Tampaknya tak dapat dihindari bahwa proses komunikasi ini sangat vital dan mendasar bagi komunikasi sosial, dikatakan vital karena setiap

¹ Onong Uchyana, *Dinamika Komunikasi* (Bandung, PT. Remaja Rosda Karya :1993)

² Deddy Mulyana dkk, *Komunikasi Antar Pribadi* (Bandung, PT. Remaja Rosda Karya:1990) hal 15



individu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan individu yang lainnya. Dengan begitu menetapkan kredibilitasnya sebagai seorang anggota masyarakat dan dikatakan mendasar karena manusia baik yang primitif maupun yang modern berkeinginan mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai hal aturan sosial komunikasi.

Oleh karena itu yang harus ditekankan adalah bagaimana komunikasi bisa berjalan efektif dan efisien sehingga pesan yang diterima, ditafsirkan sama antara komunikator dan komunikan. Artinya komunikasi yang efektif, terjadi tidak hanya sekedar saat seseorang telah melekatkan arti tertentu terhadap perilaku orang lain tetapi juga pada persepsinya yang sesuai dengan pemberi pesan atau informasi.

Salah satu cara untuk menjamin hal itu adalah dengan menghindarkan pesan yang tidak jelas atau tidak spesifik serta dengan meningkatkan frekuensi umpan balik (*feed back*) guna mengurangi tingkat ketidakpastian dan tanda tanya, yakni dengan cara memahami bagaimana tradisi komunikasi dari lawan bicara kita nantinya, sehingga salah tafsir dari penyampaian pesan dapat dihindarkan meskipun mempunyai latar belakang kehidupan yang hampir sama dengan kita.

Bertahun-tahun lalu Raymond Williams (1962) secara ringkas dan tegas mendefinisikan tradisi sebagai “suatu cara hidup tertentu” yang dibentuk oleh nilai, tradisi, kepercayaan, obyek material dan wilayah (*territory*).³ Tradisi adalah suatu ekologi yang kompleks dan dinamis dari orang, benda, pandangan tyentang dunia, kegiatan dan latar belakang (*setting*) yang secara

³ James Lull, *Media Komuniaksi Dan Ketradisian* (Jakarta, Yayasan Obor Indonesia:1998)hal. 77

fundamental bertahan lama tetapi juga berubah dalam komunikasi dan interaksi sosial yang rutin, tradisi adalah konteks.

Tradisi adalah cara kita berbicara dan berpakaian, makanan yang kita makan dan cara kita menyiapkannya dan mengkonsumsikannya. Dewa-dewa yang kita ciptakan dan cara kita memujanya, cara kita membagi waktu dan ruang, cara kita menari, nilai-nilai yang kita sosialisasikan kepada anak-anak kita dan semua detail lainnya yang membentuk kehidupan sehari-hari.

Perspektif tentang tradisi ini mengimplikasikan bahwa tak ada tradisi yang secara inheren lebih unggul dari tradisi yang lainnya dan bahwa kekayaan tradisi tidak ada kaitannya sama sekali dengan status ekonomi, tradisi sebagai kehidupan sehari-hari merupakan idea yang tetap demokratis.⁴

Hal inilah yang memotivasi peneliti untuk mengkaji bagaimana cara atau praktek komunikasi mahasiswa Madura khususnya di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya dari segi bahasa, baik bahasa Verbal maupun Nonverbal yang biasanya dilakukan secara komunikator dan komunikan yang berlatar ketradisional sama, namun berbeda dengan mahasiswa lain pada umumnya.

Namun sebelum membahas tentang tradisi komunikasi mahasiswa Madura di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, maka perlu kita pahami, bahwa Fakultas Dakwah adalah salah satu Fakultas di IAIN Sunan Ampel Surabaya yang merupakan institusi pendidikan yang berada dibawah naungan Departemen Agama, yang berlokasi di jalan Ahmad Yani 117 Surabaya. Fakultas Dakwah terkenal Lebih mengarah pada pendidikan

⁴ Ibid

sosialnya ini terlihat dengan adanya jurusan-jurusan seperti; komunikasi penyiaran Islam (KPI), pengembangan masyarakat Islam (PMI), Bimbingan masyarakat Islam (BPI), Manajemen Dakwah (MD), Program studi ilmu komunikasi, program studi ilmu sosiologi, program studi ilmu psikologi. Semua jurusan yang ada di Fakultas Dakwah banyak mengajarkan tentang ilmu-ilmu sosial.

Mahasiswa Madura memiliki kekayaan tradisi yang masih dipegang secara kuat. Keunikan dan kekhasan bahasa yang digunakan dalam berinteraksi dengan orang lain membuat mereka menjadi pusat perhatian. Itulah sebabnya, mahasiswa Madura mempunyai komunitas di IAIN Sunan Ampel Surabaya. Dan tidak jarang banyak mahasiswa dari daerah lain menirukan gaya bahasa yang digunakan mahasiswa Madura, yang kemudian mereka dapat berbaur bersama komunitas Madura. Hal ini terjadi karena banyak sekali mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya berasal dari Madura. Sehingga tradisi komunikasi Madura banyak mempengaruhi komunikasi mahasiswa lainnya. Ini terlihat ketika banyak mahasiswa lain menirukan bahasa Madura.

Maka perlu kita pahami terlebih dahulu perspektif komunikasi dipandang dari segi tradisi, komunikasi dipandang sebagai unsur penting dalam memahami suatu tradisi, tradisi dan komunikasi tidak dapat dipisahkan, oleh karena tradisi tidak hanya menentukan siapa bicara dengan siapa, tentang apa dan bagaimana komunikasi berlangsung. Tetapi tradisi juga turut menentukan bagaimana orang menjadi penyandi pesan, makna yang ia miliki untuk sebuah pesan dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan dan menafsirkan pesan. Sebenarnya seluruh perbendaharaan perilaku kita

sangat tergantung pada tradisi di mana tempat kita dibesarkan. Konsekwensinya, tradisi merupakan landasan komunikasi, bila tradisi beraneka ragam, maka beraneka ragam pula praktek-praktek komunikasi.

Masyarakat Madura, dalam hal ini mahasiswa Madura Dalam berkomunikasi sangat dipengaruhi oleh tradisi mereka yang sangat khas, mulai dari logat bahasa, cara mereka bertutur kata, menyampaikan pesan mereka yang ada dalam pikiran mereka sampai pada pengungkapan atau pengekspresian perasaan mereka. Seringkali mahasiswa Madura dalam pengungkapan perasaan dan pola pikir mereka akan suatu hal cenderung tidak pakai basa basi, langsung pada pembicaraan utama, hal ini dikarenakan mahasiswa Madura lebih menghargai waktu daripada kemasan pesan yang akan disampaikan. Masyarakat Madura, dalam hal ini mahasiswa Madura, tidak perlu merangkai kata-kata yang indah, yang enak di dengar, mereka lebih mengutamakan inti pesan, agar pesan tersebut bisa dengan mudah dipahami oleh lawan bicaranya. Komunikasi masyarakat maduara terlihat sangat emosional dengan nada yang agak keras, meskipun pesan yang disampaikan mempunyai makna atau arti yang biasa (tidak marah), dan itu merupakan kebiasaan masyarakat Madura dalam berinteraksi dengan sesama maupun dengan orang di luar komunitas Madura. itu sudah menjadi cirri khas orang Madura sehingga orang yang diajak bicara harus paham makna pesan yang disampaikan agar tidak terjadi kesalahpahaman.

Dalam perspektif demikian, maka simbol-simbol komunikasi yang terdapat dalam mahasiswa Madura terlihat dari cara mereka merepresentasikan diri dalam proses-proses komunikasi sehari-hari. Sebagaimana disebutkan diatas, mahasiswa Madura mempunyai kesan keras,

bersahaja serta kelihatan berwibawa. Kesan tersebut tampak mengemuka ketika mahasiswa Madura memberikan simbol-simbol tertentu untuk mengkomunikasikan diri. Contohnya dalam mengkomunikasikan kemarahannya, manusia berkata-kata keras, menantang, atau mungkin lebih bersikap emosional. Kondisi ini sama dengan apa yang dilakukan oleh Mahasiswa Madura ketika mereka sedang marah, tanpa mengeluarkan kata-kata raup wajahnya kelihatan memerah saat mereka marah, ini merupakan wujud kemarahannya.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang masalah tersebut di atas, maka penelitian ini berusaha menjawab permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana tradisi komunikasi mahasiswa Madura di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya dari segi penggunaan bahasa?
2. Simbol-simbol komunikasi apakah yang digunakan mahasiswa Madura, di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya dalam proses komunikasi?

C. TUJUAN PENELITIAN

Bertitik tolak pada rumusan masalah di atas, maka maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami Tradisi Komunikasi Mahasiswa Madura khususnya di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya dari segi penggunaan bahasa.

2. Untuk memahami simbol-simbol komunikasi yang digunakan mahasiswa Madura khususnya di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

dalam proses komunikasi yang biasa mereka gunakan sehari-hari

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan berdaya guna sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi antar budaya.
2. Diharapkan dapat memperkaya kajian tradisi khususnya dalam mahasiswa Madura.

b. Secara Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah-satu informasi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya tradisi komunikasi yang ada hubungannya dengan program study ilmu komunikasi.
2. Untuk membantu masyarakat demi menghindari kesalahpahaman persepsi dari sebuah pesan yang disampaikan komunikan yang berbeda tradisi atau bahkan sama dengan kita.

E. KONSEPTUALISASI

Konsep adalah unsur pokok dari penelitian.⁵ kalau masalahnya dan kerangka teoritisnya susah jelas, biasanya sudah diketahui pula fakta mengenai gejala-gejala yang menjadi pokok-pokok penelitian dan suatu konsep sebenarnya adalah definisi secara singkat dari sekelompok fakta atau gejala itu.

Sehubungan dengan hal diatas , maka dalam pembahasan perlulah kiranya peneliti membatasi dari sejumlah konsep yang diajukan dalam penelitian dalam judul- skripsi ini Tradisi Komunikasi Mahasiswa Madura (*Studi deskriptif di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Sursabaya*) adalah yang mempunyai konsep-konsep antara lain.

a. Tradisi Komunikasi

Tradisi komunikasi merupakan dua konsep yang tidak dapat dipisahkan. Pusat perhatian tradisi dan komunikasi terletak pada variasi langkah dan cara manusia berkomunikasi melintasi komunitas manusia atau kelompok sosial. pelintasan komunikasi ini menggunakan kode-kode pesan, baik secara verbal maupun non verbal, yang secara ilmiah selalu digunakan dalam konteks interaksi. Dalam hal ini juga meliputi bagaimana menjajaki makna, pola-pola tindakan bagaimana serta pola-pola itu di artikulasikan dalam sebuah kelompok sosial, kelompok tradisi, kelompok politik, proses pendidikan bahkan lingkungan teknologi yang melibatkan interaksi antar manusia.

⁵ Cholid Narbuko & Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta, Bumi Akasara :1997) hal 140

Tradisi komunikasi terbentuk dalam proses-proses interaksi dalam lingkungan sosial tertentu, utamanya yang memiliki kesamaan bahasa, etnisitas dan tradisi. Tradisi komunikasi dalam penelitian ini lebih dikontekskan pada pola interaksi yang terjadi dalam mahasiswa Madura, yang meliputi mahasiswa Madura dengan mahasiswa Madura. Pola komunikasi dalam mahasiswa Madura tersebut yang terjadi secara terus-menerus akhirnya menjadi tradisi komunikasi yang khas Madura, baik dalam pemaknaanya, pola-pola tindakan dan penggunaan bahasa verbal dan non verbal dalam proses interaksi.

b. Mahasiswa Madura

Mahasiswa Madura di sini adalah mahasiswa yang berasal dari Madura, yang menempuh pendidikan di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Dimana mereka mempunyai kekhasan tersendiri dalam menggunakan bahasa (baik dialek maupun logatnya) melalui penggunaan simbol-simbol dalam berinteraksi dengan mahasiswa Madura lainnya.

Komunitas mahasiswa mahasiswa Madura yang ada di Fakultas Dakwah yang bergabung dalam organisasi daerah seperti IKMAS (ikatan Mahasiswa Sumenep), IKAMABA (Ikatan Mahasiswa Bangkalan), dan eLMEN'S (Lingkar Mahasiswa Pamekasan Surabaya). Dengan organ-organ inilah komunitas mahasiswa Madura melakukan interaksi secara formalitas. Tapi rasa persaudaraan dan penghormatan di antara mereka tidak pernah hilang. Selain itu mereka yang tergabung dalam organisasi-organisasi intra dan ekstra kampus.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Dalam membahas suatu penelitian diperlukan sistematika pembahasan yang bertujuan untuk memudahkan penelitian, langkah-langkah pembahsan sebagai berikut:

BAB I : yaitu pendahuluan, pada bab ini terdiri atas enam sub bab antar lain latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, konseptualisasi, dan sistematika pembahasan.

BAB II : yaitu kajian pembahasan, pada bab ini terdiri dari dua sub bab, sub bab pertama yaitu pembahasan teori dan sub bab kedua yakni hasil penelitian yang relevan.

BAB III : yaitu metode penelitian pada bab ini terdiri dari enam sub bab yaitu pendekatan dan jenis penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, tehnik pengumpulan data, tehnik analisis data dan tehnik keabsahan data.

BAB IV : yaitu penyajian data, yang terdiri dari dua sub bab yakni yang pertama deskripsi umum obyek penelitian dan sub bab kedua deskripsi hasil penelitian.

BAB V : yaitu Analisis data dari dua sub bab, yang pertama sub bab yang mengupas tentang temuan dan sub bab kedua berisi tentang konfirmasi temuan dengan teori.

BAB VI : yaitu penutup yang terdiri dari kesimpulan yang ditutup dengan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. BUDAYA

1. Konsep Dasar Budaya

Raymond Williams (1962) secara ringkas dan tegas mendefinisikan Budaya sebagai "suatu cara hidup tertentu" yang dibentuk oleh nilai, tradisi, kepercayaan, obyek material dan wilayah (*territory*),⁶ Budaya adalah suatu ekologi yang kompleks dan dinamis dari orang, benda, pandangan tentang dunia, kegiatan dan latar belakang (*setting*) yang secara fundamental bertahan lama tetapi juga berubah dalam komunikasi dan interaksi sosial yang rutin, budaya adalah konteks.

Budaya adalah cara kita berbicara dan berpakaian, makanan yang kita makan dan cara kita menyiapkannya dan mengkonsumsinya, dewa-dewa yang kita ciptakan dan cara kita memujanya, cara kita membagi waktu dan ruang, cara kita menari, nilai-nilai yang kita sosialisasikan kepada anak-anak kita dan semua detail lainnya yang membentuk kehidupan sehari-hari.

Perspektif tentang budaya ini mengimplikasikan bahwa tak ada budaya yang secara inheren lebih unggul dari budaya yang lainnya dan bahwa kekayaan budaya tidak ada kaitannya sama sekali dengan status

⁶ James Lull, *Media, Komunikasi dan Kebudayaan* (Jakarta, Yayasan Obor Indonesia : 1998) hal. 77

ekonomi, budaya sebagai kehidupan sehari-hari merupakan idea yang tetap demokratis⁷

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Sedangkan Richard E. Porter & Larry A. Samovar menyatakan

bahwa Budaya berkenaan dengan cara manusia hidup. Manusia belajar berfikir, merasa, mempercayai dan mengusahakan apa yang patut menurut budayanya. Bahasa, persahabatan, kebiasaan makan, praktek komunikasi, tindakan-tindakan sosial, kegiatan-kegiatan ekonomi dan politik serta teknologi, semua itu berdasarkan pola-pola budaya.

Budaya adalah sebuah konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, sikap, makna, hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu maupun kelompok.⁸

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Budaya menampakkan diri dalam pola-pola bahasa dan bentuk-

bentuk kegiatan dan perilaku yang berfungsi sebagai model-model bagi tindakan-tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi yang memungkinkan orang-orang tinggal dalam masyarakat di suatu lingkungan geografis tertentu pada suatu tingkat perkembangan teknis tertentu dan pada suatu saat tertentu. Budaya juga berkenaan dengan sifat-sifat dari obyek-obyek materi yang memainkan peranan penting dalam kehidupan sehari-hari. Obyek-obyek seperti rumah, alat dan mesin yang digunakan

⁷ *Ibid*, hal 77

⁸ Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rahmat, *Komunikasi Antarbudaya* (Bandung, Remaja Rosda Karya :1993) hal 19

dalam industri dan pertanian, jenis-jenis transportasi dan alat-alat perang, menyediakan suatu landasan utama bagi kehidupan sosial.⁹

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. Komponen Budaya

Kita sudah mengetahui bahwa semua manusia tergolong-golong dalam kelompok tertentu. Pembentukan kelompok tersebut difaktori oleh kesamaan-kesamaan identitas diantara mereka. Kita mungkin bisa menamakan sekelompok mahasiswa Madura di fakultas da'wah sebagai mahasiswa yang agamis karena mereka berada di lingkungan institusi yang mempunyai basis keagamaan.

Faktor-faktor yang mendorong pembentukan kebudayaan suatu kelompok sering disebut komponen budaya. Ada beberapa komponen budaya yang paling penting yaitu:¹⁰

a. Pandangan hidup, kosmologi dan ontologi

Dalam setiap kebudayaan selalu ada pandangan hidup, kosmologi dan ontologi. Kehadiran ketiga komponen itu seolah-olah hanya bisa diterima namun tidak dapat dipahami atau dimengerti. Manakala seseorang dapat memahami pandangan hidup, kosmologi dan ontologi suatu masyarakat, dia memprediksi perilaku dan motivasi tiap dimensi itu.

Sebagai contoh dalam setiap struktur individu selalu terbentuk hierarki ontologi yang mengakui: (1) ada wujud tertinggi; (2) bersifat

⁹ *Ibid* hal 20

¹⁰ Alo Liliweri, *Gatra – gatra Komunikasi Antar Budaya* (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2001) hal 114

supernatural;(3) ada norma yang mengatur masalah kemanusiaan;(4) ada bentuk-bentuk rendah kehidupan; (5) ada obyek-obyek bukan manusia, (6) ada lingkungan alam. Persepsi manusia tentang relasi individu dengan unsur-unsur tersebut tersusun pada suatu hirarki berdasarkan atas kepentingan terhadap unsur ini, yakni *kepercayaan, sikap dan nilai*. Tiga unsur ini selalu dikenal dalam setiap uraian tentang ontologi kebudayaan.

1. Kepercayaan

Rokeach, seorang psikologi mengemukakan bahwa kepercayaan, sikap, dan nilai berada dalam derajat hierarki tertentu. kata dia, ada lima tingkat kepercayaan, yaitu; pertama, *kepercayaan primitif tanpa syarat*. Kepercayaan ini merupakan inti dari seluruh sistem pengalaman langsung manusia. kepercayaan itu diperoleh dari keliompok yang sangat dekat dengan kita, misalnya keluarga. Sejak kecil ayah dan ibu mengajarkan kita bahwa matahari terbit di sebelah Timur dan tenggelam di ufuk Barat. Ibu pun selalu mengingatkan kita supaya berhati-hati mendekati api. Mungkin waktu kecil kita selalu bertanya-tanya mengapa matahari harus terbit dari Timur dan bara api harus panas, namun jawaban ibu pun secara gamblang menerangkan, “ibu juga tidak tau, karena kakekmu juga bilang seperti itu pada ibu”

Inilah bentuk kepercayaan primitif tanpa syarat, artinya kita tidak bisa memberikan syarat baru kepada ibu untuk

mengubah matahari terbit di Barat atau mengatakan baar bara api pasti dingin. Jadi kepercayaan tanpa syarat biasa berkaitan dengan obyek yang langsung dialami manusia dan apalagi peristiwa itu diyakini oleh seseorang yang patut kita percayai tanpa syarat pula. Jenis kepercayaan ini tidak berubah.

Kedua, kepercayaan primitif dengan konsensus nol.

Kepercayaan ini merupakan kepercayaan yang dipelajari manusia dari pengalaman langsung, namun pengalaman itu sangat pribadi, begitu pribadinya hingga manusia tidak dapat menjelaskannya lagi. Anda merasa dari pelbagai pengalaman terhadap jenis kegiatan tertentu, orang menilai anda rajin, energik, cepat dan tangkas dan mampu melayani diri sendiri, banyak orang pun mengatakan tentang anda demikian. Betulkah? Anda percaya saja karena semua orang menyukai anda sehingga tidak perlu membuat konsensus dengan mereka. Jenis kepercayaan ini cepat berubah kalau terjadi perubahan konsensus.

Ketiga, kepercayaan otoritas. Kadang-kadang

kepercayaan otoritas dinilai sangat kontroversial karena tergantung dengan siapa manusia berhubungan dan membagi informasi, atau dari sumber mana informasi diperoleh. Contoh, tidakmada suatu pun anak menolak didikan orang tua bahwa “kejujuran adalah ibu dari kebijaksanaan”. Orang tua diasumsikan mempunyai otoritas

tertentu, kepercayaan terhadap pesan itu bisa berubah kalau ada jenis persuasi lain yang menerpa anda.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Keempat, kepercayaan perolehan. Kepercayaan perolehan merupakan kepercayaan yang diperoleh dari pertukaran informasi dan komunikasi dengan sumber-sumber tertentu atau orang lain yang dianggap patut dipercayai, lebih ahli dan lebih tahu dalam bidang tersebut. Kita percaya pada dokter sehingga kalau anak anda sakit anda kemudian membawanya berobat kepada dia. Kepercayaan pada perolehan itu mudah berubah-ubah kalau muncul sumber baru yang lebih terpercaya.

Kelima, kepercayaan ngawur, kepercayaan ini berkaitan dengan preferensi individu dan perasaan yang relatif mudah tatkala memperoleh suatu informasi. Jenis kepercayaan ini mudah melanda manusia yang tidak mempunyai identitas diri.

2. Sikap

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Apabila persepsi hanya sampai pada tahap menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, maka sikap lebih dari sekedar menyimpulkan dan menafsirkan pesan.

Sifat- dasar sikap biasa dikaitkan dengan dua prinsip utama yaitu; pertama, tentang pengertian sikap itu sendiri, yakni sebuah sistem penilaian yang relatif bertahan. Penilaian itu bisa positif dan negatif tergantung atas ajaran kebudayaan tentang kepercayaan, perasaan atau emosi, dan kecenderungan bertindak

terhadap obyek. Kedua, ada perbedaan yang diakibatkan oleh dampak sikap terhadap tindakan sosial yang tergantung atas karakteristik utama sikap.

Sikap dasar sikap terdiri atas subjek dan obyek sikap.

Pertama, (orang yang bersikap). Setiap orang boleh mempunyai satu atau beberapa sikap terhadap orang lain, sekelompok orang, organisasi sosial, peristiwa politik dan ekonomi, seni, filsafat, bahkan sikap terhadap hidup sesudah mati. Manusia bisa mempunyai satu sikap tertentu, bahkan banyak sikap dan mungkin derajat sikap terhadap obyek. Hal sikap yang beragam dan bertingkat itu sangat ditentukan oleh latar belakang kehidupan sosial, antropologis, psikologis, ekonomi, politik dan lingkungan kehidupan manusia. singkatnya, sikap terhadap obyek tergantung pada faktor manusia yang bersikap. Demikian anda tidak perlu merasa heran kalau kebudayaan orang Norwegia membolehkan semua anekdot yang universal bisa anda ucapkan namun anda jangan mengucapkan anekdot dari negeri asal anda, Indonesia.

kedua, obyek sikap. Sikap kita terhadap suatu obyek ditentukan oleh tampilan obyek itu sendiri. Tampilan obyek itu sedemikian rupa sehingga dapat disensasi, menarik perhatian agar orang mempunyai harapan tertentu dan mencatat kesan terhadap obyek itu dalam memorinya.

Gambaran tentang subjek dan obyek sikap itu sekaligus menunjukkan bahwa “sikap merupakan sebuah sistem penilaian yang relatif bertahan. Penilaian itu bisa bersifat positif atau negatif yang berkaitan dengan kepercayaan, perasaan atau emosi, dan kecenderungan untuk bertindak terhadap objek”. Oleh karena itu, orang selalu berasumsi, sikap sama dengan pendapat, perasaan dan tindakan tertentu terhadap obyek.

3. Nilai

Nilai atau value merupakan prinsip-prinsip sosial, tujuan atau standar yang diterima oleh individu dan kelompok orang, kelas sosial maupun masyarakat. Nilai menurut Soekanto dalam kamus sosiologi, adalah konsepsi-konsepsi abstrak di dalam diri manusia mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk.

Ada banyak jenis nilai, misalnya: 1) nilai budaya yakni suatu nilai yang dirumuskan dan ditetapkan oleh suatu kebudayaan; 2) nilai eksplisit adalah suatu nilai yang dirumuskan secara eksplisit; 3) nilai vocal, setiap nilai yang mempunyai acuan nilai yang lebih umum; 4) nilai implisit, yaitu nilai yang tidak dirumuskan secara eksplisit; 5) nilai institusional adalah nilai yang dirumuskan oleh suatu lembaga di dalam masyarakat; 6) nilai obyektif adalah tolak ukur yang ditentukan oleh orang-orang, kelompok-kelompok atau lembaga-lembaga yang dibentuk atas

dasar pembuktian oleh consensus kompetensi; 7) nilai okuposional adalah nilai yang dianut oleh orang-orang yang mempunyai pekerjaan tertentu (nilai pekerjaan); 8) nilai sosial adalah nilai yang dianut oleh suatu kelompok atau masyarakat; 9) nilai sosieta adalah nilai yang dianut oleh masyarakat tertentu; 10) nilai subyektif adalah tolak ukur penilaian yang diterima orang atau kelompok atas dasar konteks sosial masing-masing; 11) nilai ketahanan adalah kualitas atau ciri suatu unsur yang memberikan kekuatan kepada seseorang untuk bertahan; 12) nilai instrumental adalah suatu nilai yang menjadi sarana bagi nilai lainnya; 13) nilai terminal adalah suatu nilai yang tidak merupakan sarana bagi nilai lain, jadi dia merupakan nilai akhir bagi nilai tertentu lainnya.

b. Bahasa, Sistem Simbol

Sebagian besar para ahli antropologi dan sosiologi mengemukakan kebudayaan ditandai oleh bahasa. Kebudayaan tanpa bahasa adalah kebudayaan tak beradap. Menurut mereka bahasa merupakan ciri kebudayaan, dari bahasa dapat kita ketahui derajat kebudayaan suatu suku bangsa. Pengembangan bahasa dalam sebuah kebudayaan merupakan isu sepanjang waktu, terutama dikaitkan dengan ilmu semantik.

Pembicaraan tentang bahasa tidak bisa dilepaskan dari masalah simbol dan sign (*tanda*). Kita bicara tentang sign atau tanda artinya kita bicara tentang cara memberi makna terhadap obyek. Asap

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

mungkin merupakan “tanda” bahwa disana ada api, namun kalau rumah yang tiada berasap mungkin merupakan “simbol” ketiadaan makanan, hari raya nyepi dan lain-lain. Setiap suku bangsa menetapkan simbol-simbol kebudayaan untuk menyatakan kepentingan tertentu. Tanda dapat diartikan dengan cara konotatif dan simbol dapat diartikan dengan cara denotatif. Begitu penting simbol dan tanda, maka, kata para ahli linguistik, ketika manusia berhenti bermain dengan tanda maka disana dimulai bahasa terbentuk dengan kata-kata.¹¹

Setiap kebudayaan menjadikan bahasa sebagai media untuk menyatakan prinsip-prinsip ajaran, nilai dan norma budaya kepada para pendukungnya. Bahasa merupakan mediasi, pikiran, perkataan dan perbuatan. Seperti kebudayaan secara umum, bahasa dipelajari untuk melayani setiap pikiran manusia.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Bahasa menerjemahkan nilai dan norma, menerjemahkan skema kognitif manusia, menerjemahkan persepsi, sikap dan kepercayaan manusia tentang dunia para pendukungnya.

c. Konsep Tentang Waktu

Setiap kebudayaan memiliki konsep tentang masa lalu, sekarang dan yang akan datang. Satu hal yang penting untuk memahami setiap kelompok adalah mengetahui struktur waktu dari

¹¹ *Ibid* hal 129

kelompok tersebut. Mereka yang bukan anggota kelompok itu pasti mempunyai orientasi konsep waktu dan ruang yang berbeda.

Konsep waktu berhubungan misalnya dengan: *yang pertama, pembagian nama penggalan waktu dalam satuan periode; misalnya dalam satu hari ada pagi, siang, malam, petang, senja, lewat tengah malam, menjelang pagi dan lain sebagainya. Dalam satu minggu ada beberapa hari misalnya hari pertama minggu, akhir pekan dan lain-lain; juga setiap bulan terdiri dari empat minggu dan 28-31 hari.*

d. Konsep Jarak atau Ruang

Setiap kebudayaan mengajarkan kepada anggotanya tentang orientasi terhadap ruang dan jarak. Ruang berhubungan dengan tata ruang lahan pemukiman, pertanian dan lain-lain. yang sifatnya lebih pada kepentingan relasi sosial, sedangkan jarak lebih banyak berhubungan dengan jarak fisik disaat bercakap-cakap.

Salah satu pengaruh dari tipe ekologi tegal tampak dalam pola permukiman desa. Dalam ekologi sawah dan areal desa-desa pesisir di Madura banyak yang seperti desa-desa di Jawa-terletak di dalam persawahan berpagar tanaman hijau, tersembunyi di kerindangan pepohonan, terlihat seperti pulau-pulau di tengah lautan ladang-ladang padi, dan terdiri dari dsesa *krajan* (inti) dengan dusun-dusun kecilnya. Tetapi tipikal desa Madura di areal tegal terdiri sebuah kelompok unit yang sangat kecil, masing-masing dengan ladang dan ternak miliknya. Orang-orang tidak tinggal di kompleks desa, tetapi dalam kelompok

empat atau lima keluarga dalam sebuah pekarangan tersendiri, dikelilingi dinding atau pagar. Biasanya keluarga-keluarga itu hidup dalam hubungan kekeluargaan, meskipun secara fisik mereka terpisah.¹²

Konsep desa di Madura berbeda dengan di Jawa. Desa di Madura hanya merupakan satu wilayah teritorial yang pada masa kekuasaan raja-raja pribumi maupun Belanda digunakan sebagai satu unit administrasi. Unit sosial di Madura, bahkan hingga kini, adalah pekarangan atau kelompok rumah yang disebut *kampung meji*. Jadi, sebuah teritorial desa di Madura terdiri dari beberapa subdesa, terdiri dari beberapa *kampung meji*, dan *kampung meji* terdiri dari beberapa keluarga. Dapat dibayangkan bahwa satu kelompok rumah semula merupakan sebuah rumah tinggal. Di tiap-tiap pemukiman desa, individu hanya terikat oleh kelompok sosial yang terdekat dalam *erf* (pekarangan, *kampung meji*), di mana rumah dan keluarga mereka berada.¹³

Pola pemukiman masyarakat Madura selain mengelompok, juga sangat berdekatan satu sama lainnya. Nyaris tidak ada ruang publik dalam pemukiman penduduk. Rumah tinggal yang berdekatan satu sama lainnya, mirip dengan kondisi perkotaan yang sangat padat penduduknya. Ruang sosial banyak dibangun diluar pemukiman penduduk. Rumah yang berdekatan dilakukan dengan berbagai

¹² Kuntowijoyo, *Perubahan Sosial dalam Masyarakat Agraris Madura*, Mata Bangsa, 2002. hal.60

¹³ Ibid. hal.61

pertimbangan; (1) kondisi pertanahan yang terjal dan tidak merata membuat mereka harus membangun rumah secara berdekatan, (2) untuk melawan kondisi cuaca yang sangat dingin, (3) ada tempat-tempat tertentu yang dilarang dibuat atau dibangun tempat tinggal, karena dianggap sebagai ruang yang sakral yang menjadi roh leluhur (*dhanyang*)

Hampir dapat dipastikan juga, tempat tinggal yang dibangun juga tanpa menyisakan halaman. Kalau pun ada, dipastikan sudah dimanfaatkan untuk menanam sayuran seperti; **bawang prei, bayam, terong, cabai**. Menariknya, beberapa bangunan rumah seringkali pintu depannya tidak menjadi pintu utama untuk keluarga atau kerabat yang berkunjung. Pintu depan yang menghubungkan dengan ruang tamu, biasanya hanya dibuka atau digunakan ketika ada tamu dari luar daerah atau tamu penting yang berkunjung.

Bentuk rumah masyarakat madura tidak berbeda dengan bentuk rumah masyarakat luar Madura sekarang ini. Sebagai masyarakat adat, orang-orang Madura tidak memiliki rumah adat. Atau minimal rumah penduduk yang dianggap sebagai rumah khas kebudayaan madura. Dulu mereka memiliki rumah khas madura yang bangunannya terbuat dari *ilalang* yang disatukan, dan diikat dengan *rotan*. Rumah khas tersebut dibangun hanya dengan menggunakan bahan-bahan yang tersedia dari hutan sekitar pemukiman penduduk, tanpa ada satupun yang menggunakan bahan buatan manusia.

e. Skema Kognitif

Skema kognitif dapat diartikan dengan sistem konsep-konsep kognitif yang dimiliki oleh individu atau sekelompok orang terhadap obyek tertentu. Setiap kebudayaan mengajari anggotanya skema kognitif atau yang sering disebut peta pandangan terhadap obyek. Skema tersebut merupakan pola-pola skematis dari bentuk interpretasi, pengorganisasian dan penggolongan atas data tentang dunia luar. Skema mempengaruhi keputusan individu untuk menentukan prioritas fungsi obyek berdasarkan waktu dan tempat. Skema kognitif umumnya ditentukan oleh persepsi individu yang dibentuk oleh pengalaman kognisi dia dari kebudayaannya. Oleh karena kebudayaan antar manusia itu berbeda-beda, skema kognisi manusia pun berbeda-beda.

Kata philips (1967) dalam Anderson dan Carter (1984) ada dua karakteristik dasar “*skema*” yakni organisasi dan adaptasi.¹⁴ Setiap tindakan manusia selalu di organisasikan dan aspek dinamis dari organisasi tindakan adalah adaptasi. Adaptasi terdiri dari dua bentuk, yakni asimilasi dan akomodasi.

f. Agama, Mitos dan Cara Menyatakannya

Setiap budaya mempunyai gejala dan peristiwa yang tidak dapat dijelaskan secara rasional tapi hanya berdasarkan pengalaman iman semata-mata.. Dimana komunitas mahasiswa madura adalah sebuah komunitas orang yang mendiami tempat tertentu yang

¹⁴ *Ibid* hal 128

disatukan oleh kesamaan tradisi, agama lokal serta sistem kepercayaannya.

Lembaga relegius dan kultural sedikit sekali menyumbangkan

kehidupan sosial; di desa. Hampir setiap keluarga memiliki langgar sendiri sebagai tempat pembinaan keagamaan tersendiri dan jarang digunakan untuk seluruh desa. Masjid atau *mesigit* desa, kalau masjid itu ada, hanya digunakan untuk sholat Jum'at. Kurangnya pertalian desa ditunjukkan pula dengan ketidakhadiran seorang nenek moyang atau *cikal bakal*. Meskipun demikian mereka memiliki pesta tahunan desa yang diatur oleh Kepala Desa atau *kliwon*, atau berdasarkan penanggalan tradisional. Di dalam pesta tahunan itu terdapat beberapa upacara keagamaan dan adat, yang akan mempertemukan orang-orang satu dengan lainnya untuk saling bergaul.¹⁵

Kekhasan keagamaan masyarakat Madura adalah ketika penduduknya memperingati hari-hari besar agama, selalu diperingati dengan meriah. Dalam wawancara dengan seorang mahasiswa yang berasal dari Madura, Erliyanto (mahasiswa fakultas dakwah, jurusan PMI, semester VI), mengatakan bahwa setiap kali akan datang peringatan hari besar Islam, orang-orang Madura akan memperingatinya dengan acara yang besar-besaran mereka akan mempersiapkan segala keperluan yang akan digunakan dalam

¹⁵ Kuntowijoyo, *Perubahan Sosial dalam Masyarakat Agraris Madura*, Mata Bangsa, 2002. hal.62

memperingati hari besar Islam. semuanya itu dilakukan untuk memeriahkan peringatan hari besar Islam.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
 Berbagai bentuk tradisi yang sudah berumur berabad-abad

lamanya itu dijaga secara cukup ketat oleh orang madura. orang madura misalnya bahkan memiliki ikatan yang sangat ideologis terhadap hampir semua ajaran dalam tradisi tersebut. Kepercayaan mendalam terhadap islam sebagai sentral ritualitas orang madura dan tempat-tempat sakral disekitarnya menunjukkan ragam keunikan tersebut hampir semua tempat suci itu, selain dikeramatkan juga memiliki berbagai legenda magis mistik di dalamnya.

g. Hubungan Sosial dan Jaringan Komunikasi

Keluarga-keluarga selalu terbentuk dalam komunitas-komunitas kecil merupakan satu agen sosialisasi dalam sebuah kebudayaan. Dengan cara tertentu kebudayaan menentukan sifat struktur keluarga dan jaringan komunikasi. Di dalam semua kebudayaan, struktur keluarga merupakan masyarakat inti; selebihnya adalah keluarga yang diperluas. Bentuk-bentuk tersebut ditimbulkan oleh hubungan antara orang tua dengan anak-anak, hubungan antara paman dan bibi, kakek dan nenek, saudara-saudara sepupu dan lain-lain. Keluarga yang luas diyakini sebagai batas kesadaran komunitas yang disertai tanggung jawab untuk menyelenggarakan kesejahteraan bagi sesama.

Masyarakat adat madura biasanya memiliki suatu sistem kekerabatan yang khas dan unik. Sistem kekerabatan itu menjadi pembeda dengan yang lainnya. Namun masyarakat madura tidak memiliki sistem kekerabatan dengan penamaan yang khas. Hampir sebagian orang madura ketika ditanya tentang sistem kekerabatan memiliki jawaban yang tidak jelas. Mereka hanya percaya bahwa orang madura merupakan satu garis keturunan yang sama sejak dahulu.

Sebagaimana orang Jawa pada umumnya, orang madura memang lebih bersifat patrilineal dengan tetap memperhitungkan garis ayah. Tetapi, ternyata itu tidak semua, karena ada juga yang justru menerapkan garis seimbang (*bilateral*) antara garis ibu (*matrilineal*) dengan garis ayah (*patrilineal*). Realitas ini dapat dipahami melalui sistem pembagian warisan; yang dalam kenyataannya tidak memiliki kesamaan satu sama lain serta bagaimana mereka melangsungkan perkawinan. Artinya, orang-orang madura selalu memberikan jawaban berbeda berkaitan dengan bagaimana hukum adat mengatur hukum pewarisan dan lembaga perkawinan.

Meskipun demikian orang Madura memiliki ikatan kekeluargaan cukup kuat dalam melakukan kegiatan sosial. Hal ini bisa dilihat dari keterlibatan mereka jika salah satu dari anggota keluarga sedang melangsungkan suatu hajatan, sedang membuat rumah, atau sedang terkena musibah; kematian misalnya. Mendahulukan kepentingan keluarga memang merupakan salah satu

bentuk ikatan kekerabatan yang cukup kuat pada orang-orang madura.

Di samping itu ikatan gotong royong masyarakat Madura juga kuat sekali. Peneliti sendiri pernah menemukan satu fakta tentang keterlibatan semua anggota keluarga dan tetangga dekat saling membantu ketika salah satu diantaranya sedang menyelenggarakan pesta perkawinan..

Sedangkan dalam sistem sosialnya, masyarakat Madura mengenal dua kepemimpinan yang menjadi panutan dan harus dipatuhi apa yang menjadi perintahnya. Adapun dari kedua pemimpin tersebut adalah, ialah (1) pemimpin formal atau kepala desa yang sering disebut dengan istilah setempat dengan petinggi, dan (2) pemimpin nonformal atau yang disebut dengan kiai. pimpinan formal atau petinggi bertugas mengatur administrasi pemerintah desa sehingga pengangkatannya disahkan oleh Bupati Kepala Daerah Tingkat II.

Kiai atau kepala adat merupakan pemimpin bersifat nonformal, meskipun nonformal, kharismatik kepemimpinannya cukup penting dan vital bagi berlangsungnya kehidupan adat istiadat. Hal ini karena kiai adat memegang kedudukan penting dalam setiap kegiatan adat, utamanya upacara adat.

B. KOMUNIKASI

1. Konsep Dasar Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication*

berasal dari kata latin *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna.¹⁶ Untuk mempermudah memahami makna komunikasi, Harold Laswell mengatakan bahwa cara untuk menjelaskan makna komunikasi adalah menjawab pertanyaan *who say what in which channel to whom with what effect?*. Paradigma Laswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi beberapa unsur yakni komunikator, pesan, media, komunikan dan efek¹⁷

Menurut Schramm dan Robert (1977) mengemukakan lima pengertian komunikasi yang dikutipnya dari beberapa sumber.

- a. Komunikasi adalah suatu proses pemberian, penyampaian atau pertukaran gagasan, pengetahuan dan lain-lain yang dapat dilakukan melalui percakapan, tulisan atau tanda-tanda (*Oxford English Dictionary*)
- b. Komunikasi adalah proses pengalihan pikiran-pikiran serta pesan-pesan seperti sarana transportasi yang mengangkut barang-barang dan manusia. Bentuk dasar komunikasi ditentukan oleh " *cahaya*" yang bisa dilihat, dan suara yang bisa didengar. (*Colombia Encyclopedia*)
- c. Dalam banyak hal komunikasi bisa diartikan sebagai suatu sistem yang didalamnya terkandung sumber, pengaruh terhadap orang lain, tujuan

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu komunikasi teori dan praktek* (Bandung, Remaja Rosda Karya : 2001) hal 11

¹⁷ *Ibid* hal 11

atau sasaran yang melaksanakan rangkaian dengan memanipulasi pilihan tanda tertentu yang dapat dialihkan melalui saluran tertentu.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

- d. Kata komunikasi dapat digunakan dalam arti yang luas meliputi prosedur yang mengatur bagaimana pikiran mempengaruhi orang lain.

Dalam hal ini tidak saja dengan tulisan, lisan tetapi juga musik, teater, tindakan manusia. (*Claude Shanon dan Werren Weaver*)

- e. Komunikasi adalah mekanisme hubungan antar manusia yang menyebabkan manusia itu bertahan dan berkembang melalui penyampaian simbol pikiran melalui ruang dan waktu.¹⁸

2. Simbol dan Kode Komunikasi

Sebagai makhluk sosial dan juga sebagai makhluk komunikasi, manusia, dalam hidupnya diliputi oleh berbagai macam simbol, baik yang diciptakan oleh manusia itu sendiri maupun yang bersifat alami.

Manusia dalam keberadaannya memang memiliki keistimewaan digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id dibanding dengan makhluk lainnya. Selain kemampuan daya pikirnya

(*super rational*), manusia juga memiliki ketrampilan berkomunikasi yang lebih indah dan lebih canggih (*super sophisticated system of communication*),¹⁹ sehingga dalam berkomunikasi mereka bisa mengatasi rintangan jarak dan waktu. Manusia mampu menciptakan simbol-simbol dan memberi arti pada gejala-gejala alam yang ada disekitarnya, sementara hewan hanya dapat mengandalkan bunyi dan bau secara terbatas.

¹⁸ Alo Liliweri, *Gatra – Gatra Komunikasi Antarbudaya* (Yogyakarta, Pustaka Pelajar: 2001) hal 162

¹⁹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada : 1998) hal 101

Kemampuan manusia menciptakan simbol membuktikan bahwa manusia sudah memiliki kebudayaan yang tinggi dalam berkomunikasi, mulai dari simbol yang sederhana seperti bunyi dan isyarat, sampai kepada simbol yang dimodifikasi dalam bentuk signal-signal melalui gelombang udara dan cahaya, seperti radio, TV, telegram, telex dan satelit.

Hampir semua pernyataan manusia baik yang ditujukan untuk kepentingan dirinya, maupun untuk kepentingan orang lain dinyatakan dalam simbol. Hubungan antara pihak-pihak yang ikut serta dalam proses komunikasi banyak ditentukan oleh simbol atau lambang-lambang yang digunakan dalam berkomunikasi.

Di dalam kehidupan sehari-hari seringkali kita tidak dapat membedakan pengertian simbol dan kode. Bahkan banyak orang yang menyamakan kedua konsep tersebut. Simbol adalah lambang yang memiliki suatu obyek, sedangkan kode adalah seperangkat simbol yang telah disusun secara sistematis dan teratur sehingga memiliki arti. Sebuah simbol yang tidak memiliki arti bukanlah kode. Kata David K Berlo (1960).²⁰

Seorang penyair yang mengagumi sekuntum bunga akan mengeluarkan pernyataan lewat bahasa “*alangkah indahnya bunga ini*”, atau Lampu pengatur lalu lintas (*traffic light*) yang dipasang di pinggir jalan misalnya adalah simbol polisi lalu lintas, sedangkan simbol warna yang telah disusun secara teratur menjadi kode bagi pemakai jalan. Begitu

²⁰ *Ibid* hal 102

juga halnya dengan letusan misalnya, ia adalah simbol dari senjata atau ban mobil yang pecah. Tetapi kalau letusan itu berlangsung 21 kali, maka ia menjadi kode penghormatan kepada tamu negara. Simbol merupakan hasil kreasi manusia dan sekaligus menunjukkan tingginya kualitas budaya manusia dalam berkomunikasi dengan sesamanya.

Simbol-simbol yang digunakan selain sudah ada yang diterima menurut konvensi internasional, seperti simbol-simbol lalu lintas, alfabet latin, simbol matematika, juga terdapat simbol-simbol lokal yang hanya bisa dimengerti oleh kelompok-kelompok masyarakat tertentu.

Simbol dapat dinyatakan dalam bentuk bahasa lisan atau tertulis (*verbal*) maupun isyarat-isyarat tertentu (*nonverbal*). Simbol membawa pernyataan dan diberi arti oleh penerima, karena itu memberi arti terhadap simbol yang dipakai dalam berkomunikasi bukanlah hal yang mudah, melainkan suatu persoalan yang cukup rumit.

Proses pemberian makna terhadap simbol-simbol yang digunakan dalam berkomunikasi, selain dipengaruhi faktor budaya, tetapi juga faktor psikologis, terutama pada saat pesan didekode oleh penerima. Sebuah pesan yang disampaikan dengan simbol yang sama, bisa saja berbeda arti bilamana individu yang menerima pesan itu berbeda dalam kerangka berfikir dan kerangka pengalaman.

Banyak kesalahan komunikasi (*misscommunication*) terjadi dalam masyarakat karena tidak memahami simbol-simbol lokal. Di beberapa daerah tertentu yang masih tradisional, banyak pendatang kesasar dan

menjadi korban penduduk asli karena tidak mengenal simbol atau kode yang digunakan oleh penduduk setempat.

Pemberian arti pada simbol adalah suatu proses komunikasi yang

dipengaruhi oleh kondisi sosial budaya yang berkembang pada suatu masyarakat. Karena itu dapat disimpulkan bahwa:

- a. Semua kode memiliki unsur nyata
- b. Semua kode memiliki arti
- c. Semua kode tergantung pada persetujuan para pemakainya
- d. Semua kode memiliki fungsi
- e. Semua kode dapat dipindahkan, baik melalui media atau saluran-saluran komunikasi lainnya.

3. Proses Komunikasi

Dalam ilmu komunikasi, proses komunikasi dibedakan menjadi dua yakni proses komunikasi primer dan skunder. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media.²¹ Lambang yang digunakan dalam proses komunikasi primer adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya, yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan. biasanya proses komunikasi ini dilakukan dalam bentuk komunikasi antarpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi interaksi, komunikator menjadi encoder (pengirim) dan komunikan

²¹ Onong Uchjana Efendy, *Opcit* hal 12

menjadi decoder (penerima). Akan tetapi komunikasi antarpersonal ini bersifat dialogis, maka terjadilah pertukaran peran dimana komunikator dapat menjadi decoder (penerima) sedangkan komunikan dapat menjadi encoder (pengirim), dan terus menerus sebaliknya.

Dalam komunikasi antarpersonal, karena situasinya adalah tatap muka (face to face communication), tanggapan komunikan dapat diketahui, umpan balik dalam komunikasi ini bersifat langsung karena umpan balik seketika (immediate feedback). Berbeda dengan komunikasi bermedia dimana tanggapan atau umpan baliknya tertunda (delayed feedback).²² Adapun yang dimaksud dengan proses komunikasi skunder adalah proses penyampaian oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media utama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam proses komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif lebih jauh atau jumlahnya banyak, seperti surat kabar, televisi, teleteks, surat, radio, telepon, film serta masih banyak lagi media kedua lainnya yang sering digunakan dalam komunikasi. Proses komunikasi sekunder biasanya dilakukan dalam bentuk komunikasi massa, yakni komunikasi melalui media massa, komunikasi massa memiliki karakteristik sebagaimana berikut:

²² *Ibid* hal 15

a. Komunikasi Berlangsung Satu Arah

Hal ini menunjukkan dimana komunikasi massa berlangsung satu arah, dimana posisi komunikator seringkali mendominasi, sehingga tidak terjadi proses komunikasi yang dialogis, karena tidak dapat menerima langsung respon komunikan secara cepat dan langsung

b. Komunikator Biasanya Berbentuk Lembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi maupun organisasi, sehingga komunikatornya melembaga pula. sebagai konsekwensinya adalah peranannya dalam komunikasi ditunjang oleh orang lain. Kemunculannya dalam media tidak sendirian tetapi bersamaan orang lain.

c. Pesan Dalam Komunkasi Massa Bersifat Umum

Pesan yang disebarkan bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum, jadi tidak ditujukan ke perseorangan tertentu atau sekelompok orang tertentu dan karena sasarannya untuk umum maka pesan yang ditujukan pun harus menyesuaikan komunikannya.

C. KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA

Budaya merupakan *enigma*, sebuah teka teki atau pernyataan yang membingungkan (Ting-Toomey, 1999: 9). Budaya mempunyai komponen-komponen yang bersifat kongkrit dan abstrak Budaya juga merupakan fenomena yang bersisi banyak (*multifacet*). Rongers & Steinfatt (1999: 79)

mengatakan, bahwa budaya dapat diberi batasan sebagai keseluruhan cara hidup orang (*the total way of life*) yang tersusun berdasarkan pola-pola perilaku, nilai-nilai, norma-norma, dan objek-objek material yang mereka pelajari dan pertukarkan. Meskipun budaya merupakan sebuah konsep yang sangat umum, tetapi budaya memiliki efek yang sangat kuat terhadap perilaku individu, termasuk perilaku komunikasi. Budaya tidak hanya dimiliki oleh kelompok bangsa atau kelompok etnis, tetapi juga komunitas organisasi, dan sistem-sistem lain.

Budaya mencakup 3 (tiga) hal penting, yaitu 1) istilah budaya merujuk pada keragaman *pool of knowledge*, relitas- yang di pertukarkan, dan norma-norma yang dikelompokkan yang membentuk sistem-sistem makna yang dipelajari dalam masyarakat partikular; 2) sistem-sistem makna tersebut dipertukarkan dan ditransmisikan melalui interaksi sehari-hari di antara para anggota kelompok kultural dan satu dari generasi ke generasi berikutnya; dan 3) budaya memfasilitasi kapasitas para anggota untuk bertahan hidup dan beradaptasi dengan lingkungan eksternal mereka.

Budaya sebagai komponen esensial dari usaha manusia untuk bertahan hidup (*survive*) dan berkembang dalam lingkungan partikular mereka, memiliki beberapa fungsi (Ting Toomy, 1999:12-15), yaitu:

1. *Identity Meaning Function;*

Budaya memberikan kerangka referensi untuk menjawab pertanyaan paling mendasar dari keberadaan manusia : *Siapa Saya?* Keyakinan- keyakinan kultural, nilai-nilai, dan norma-norma memberikan

perilaku- adaptif tertentu dan memberi sanksi terhadap perilaku-perilaku non adaptif sepanjang waktu.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

5. *The Cultural Communication Function*

Secara mendasar berarti koordinasi mendasar antara budaya dengan komunikasi. Budaya mempengaruhi komunikasi dan komunikasi mempengaruhi budaya. Komunikasi kultural memberikan seperangkat hal-hal yang ideal tentang bagaimana interaksi sosial dapat dijalankan dengan lancar diantar individu-individu dalam suatu komunitas. Budaya mengikat orang secara bersama-sama melalui kode- linguistik yang dipertukarkan, norma-norma, dan *scripts*, yaitu rangkaian interaksi atau pola-pola komunikasi yang dipertukarkan oleh sekelompok orang dalam suatu komunitas.

Ringkasnya, budaya diciptakan, dibentuk, ditransmisikan, dan dipelajari melalui komunikasi; sebaliknya praktik-praktik komunikasi diciptakan, dibentuk, dan ditransmisikan melalui budaya (Schement (ed.),2002:207).²³

D. HUBUNGAN KOMUNIKASI DAN BUDAYA

Komunikasi dan tradisi tidak dapat dipisahkan oleh karena tradisi tidak hanya menentukan siapa bicara dengan siapa, tentang apa dan bagaimana komunikasi berlangsung, tetapi juga turut menentukan orang menyandi pesan,

²³ Turnomo Raharjo, *Menghargai Perbedaan Kultural*, Pustaka Pelajar, 2005, hal. 51

makna yang ia miliki untuk pesan dan kondisi-kondisinya untuk mengirim, memperhatikan dan menafsirkan pesan. Sebenarnya seluruh perbendaharaan perilaku kita sangat bergantung pada tradisi dimana kita bertempat tinggal dan dibesarkan. Hal inilah yang menandakan bahwa tradisi adalah landasan komunikasi, bila budaya beraneka ragam maka beraneka ragam pula praktek serta model komunikasinya.²⁴

Hubungan antara komunikasi dan tradisi penting untuk dipelajari, guna untuk memahami komunikasi antar budaya. Oleh karena melalui pengaruh budaya orang-orang akan belajar untuk berkomunikasi. Kemiripan budaya dalam persepsi memungkinkan pemberian makna yang mirip pula pada suatu objek sosial atau peristiwa. Cara kita berkomunikasi, keadaan-keadaan komunikasi kita, bahasa dan gaya bahasa yang kita gunakan, perilaku nonverbal kita, semuanya merupakan respon terhadap budaya dan fungsi daripada budaya itu sendiri.

Banyak aspek budaya mempengaruhi perilaku komunikasi kita sehari-hari. Unsur-unsur sosial budaya yang meliputi banyak kegiatan manusia yang berhubungan dengan persepsi, proses verbal serta proses nonverbal, semua menjadi bagian terpenting dibahas dalam perilaku berkomunikasi. Persepsi adalah proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi, dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan external. Persepsi seseorang sangat terpengaruh dan terdiri dari atas 3 unsur yakni sistem-sistem kepercayaan, nilai, sikap, pandangan dunia dan organisasi

²⁴ Alo Liliweri *Gatra – Gatra Komunikasi Antarbudaya* (Yogyakarta, pustaka pelajar: 2001) hal 20

sosial.²⁵ Sementara proses verbal tidak hanya meliputi bagaimana kita berbicara dengan orang lain, namun juga kegiatan-kegiatan internal, berfikir dan pengembangan makna bagi kata-kata yang kita gunakan.

Proses ini secara vital berhubungan dengan persepsi dan pembelian serta pernyataan makna. Adapun proses non verbal adalah yang berhubungan dengan pertukaran pemikiran dan gagasan dengan menggunakan simbol-simbol non verbal seperti isyarat, wajah, pandangan mata, gerakan tubuh serta simbol yang berhubungan dengan komunikasi lintas budaya seperti perilaku diam, konsep waktu, penggunaan dan pengaturan ruang, semua perilaku memiliki perbedaan antara satu budaya dengan budaya yang lain.

E. HUBUNGAN MASYARAKAT DAN KEBUDAYAAN

Thomas Hobbes, seorang filsuf dan ahli ilmu politik, pada abad ke-19 menulis sebuah buku berjudul *Leviathan*. Hobbes mulai dengan satu hipotesis, bahwa setiap manusia mempunyai naluri berpolitik dan melibatkan diri dalam organisasi sosial. Menurutntya, naluri manusia itu merupakan sesuatu yang bersifat alamiah sehingga dia bisa melakukan tindakan apa saja untuk mengubah peranannya dalam masyarakat demi memenangkan atau merebut kekuasaan. Karena itu yang namanya masyarakat dibentuk oleh agregasi manusia ingin mempertahankan diri, mempertahankan keinginan dan kebutuhannya. Itulah bentuk hubungan yang paling radikal antara masyarakat dengan budaya²⁶

²⁵ *Ibid* hal 27

²⁶ *Ibid* hal 10

Hubungan antara masyarakat dengan kebudayaan yang paling realistis ditunjukkan melalui keberadaan kebudayaan sebagai wadah untuk mempertahankan masyarakat dari berbagai ancaman yang menghadang mereka. Kebudayaan bisa menginformasikan tentang nilai suatu dan beberapa peristiwa yang terjadi di masa lalu, sekarang dan yang akan datang. Kebudayaan mengajarkan kepada setiap manusia tentang apa yang dibuat oleh generasi manusia.

Wajarlah kalau setiap kelompok budaya selalu mempertahankan hubungan intrabudaya yang mewajibkan generasi yang lebih tua mensosialisasikan nilai perilaku-perilaku budaya baik secara bertahap maupun dipercepat melalui institusi sosial kepada generasi berikutnya.

Dalam kehidupan dikenal institusi-institusi seperti agama, pendidikan, rekreasi, kesehatan, serta institusi-institusi lain yang merupakan pranata kebudayaan yang menjamin perilaku manusia. Proses sosialisasi melalui institusi sosial tersebut telah memungkinkan manusia dimasukkan ke dalam lingkungan sosial dan kemasyarakatan. Jadi, setiap hubungan antar manusia dalam satu kebudayaan selalu diatur dengan sosialisasi indoktrinasi dan instruksi nilai-nilai.

F. KERANGKA TEORITIK

Dalam penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran yakni teori Interaksi Simbolik milik Herbert Blumer, kerangka pemikiran ini mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam penelitian ini, karena didalamnya memiliki tendensi-tendensi pemikiran yang kuat untuk menganalisis penelitian

ini untuk lebih jelasnya, akan kami bahas mengenai kerangka pemikiran tersebut, sebagai berikut:

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Teori Interaksi Simbolik

Istilah interaksi simbolik diciptakan oleh Herbert Blumer pada tahun 1937 dan dipopulerkan oleh Blumer juga,²⁷ meskipun sebenarnya Mead-lah yang paling populer sebagai peletak dasar teori tersebut.

Esensi dari teori Interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran symbol yang diberi makna Blumer mengkonseptualisasikan manusia sebagai pencipta atau pembentuk kembali lingkungannya, sebagai perancang dunia obyeknya dalam aliran tindakannya, alih-alih sekedar merespon pengharapan kelompok.

Perspektif interaksionisme simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subyek, perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan keberadaan orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka.

Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, obyek dan bahkan pada diri mereka sendiri yang menentukan perilaku mereka. Perilaku mereka tidak dapat digolongkan sebagai kebutuhan, dorongan impuls, tuntutan budaya atau tuntutan peran, manusia bertindak hanya berdasarkan pada definisi atau penafsiran mereka atas obyek-obyek disekeliling mereka.

²⁷ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung, Remaja Rosdakarya : 2004) hal. 194

Dalam pandangan interaksi simbolik, sebagaimana ditegaskan Blumer proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan menegaskan kehidupan kelompok, dalam konteks ini, maka makna dikonstruksikan dalam proses interaksi dan proses tersebut bukanlah suatu medium netral yang memungkinkan kekuatan-kekuatan sosial memainkan peranannya, melainkan justru merupakan substansi sebenarnya dari organisasi sosial dan kekuatan sosial.

Bagi penganut interaksi simbolik memungkinkan mereka menghindari problem-problem struktulisme dan idealisme dan mengemukakan jalan tengah dari problem tersebut.

Menurut teori Interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia yang menggunakan simbol-simbol, mereka tertarik pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang merepresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Dan juga pengaruh yang ditimbulkan dari penafsiran simbol-simbol tersebut terhadap perilaku pihak-pihak yang terlihat dalam interaksi sosial.²⁸

Penganut interaksi simbolik berpandangan, perilaku manusia pada dasarnya adalah produk dari interpretasi mereka atas dunia dari sekeliling mereka jadi tidak mengakui bahwa perilaku itu dipelajari atau ditentukan sebagaimana dianut teori Behavioristik atau teori struktural.

²⁸ Arthur Asa Berger, *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*, terjemahan oleh M. Dwi Mariyanto, Sunarto, (Jogyakarta, Tiara Wacana Yogja: 2000) hal. 14

Secara ringkas Teori Interaksionisme simbolik didasarkan pada premis-premis berikut,²⁹ *Pertama* individu merespon suatu situasi simbolik, mereka merespon lingkungan termasuk obyek fisik (*benda*) dan Obyek sosial (*perilaku manusia*) berdasarkan media yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka.

Kedua, makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melihat pada obyek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa, negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu mewarnai segala sesuatu bukan hanya obyek fisik, tindakan atau peristiwa (*bahkan tanpa kehadiran obyek fisik, tindakan atau peristiwa itu*) namun juga gagasan yang abstrak.

Ketiga, makna yang interpretasikan individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial, perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri.

G. KAJIAN KEPUSTAKAAN PENELITIAN TERDAHULU

Maksud kajian kepustakaan penelitian ini adalah memuat tentang hasil penelitian yang pernah ada. Sepanjang upaya penelitian dalam melakukan penelusuran hasil-hasil penelitian yang berjudul “ Tradisi Komunikasi Mahasiswa Madura,” berbeda dengan penelitian-penelitian lain, terutama dalam hal metode penelitian dan obyek penelitian, walaupun begitu, masih banyak perbedaan lain terutama terletak pada rumusan masalah. Misalnya.

²⁹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung, Remaja Rosdakarya : 2004) hal. 199

1. Amy Maulana, judul skripsi “Proses Komunikasi Masyarakat Tionghoa dan Pribumi Di Kembang Jepun Surabaya”, yang mengangkat tentang fenomena etnis tionghoa yang merupakan minoritas di negeri ini dan meski telah lama berada atau bahkan lahir di Indonesia tetapi masih diakui sebagai warga negara asing (WNA), atau WNI keturunan yang memiliki hak yang berbeda dengan kaum pribumi. Dan dengan pembaurannya dengan kaum pribumi terdapat hambatan-hambatan yang menjadi titik masalah dalam penelitian tersebut. hambatan-hambatan tersebut berupa prasangka-prasangka sosial dan potensi etnosentrisme. Di samping itu muncul pula problem komunikasi antarpribadi akibat dari latar belakang budaya pada pola komunikasi masing-masing etnis. Dan muncul perbedaan paradigma antara keduanya mengenai usaha-usaha pembaharuan. Menurut komunitas tionghoa perlu adanya pemahaman pluralisme, sementara masih banyak orang pribumi menginginkan akulturasi karena orang tionghoa adalah komunitas pendatang.

Meski kalau dilihat sekilas kedua penelitian ini hampir sama tetapi ada perbedaan yang mendasar. Dari penelitian Amy Maulana terdapat dua kubu yaitu komunitas tionghoa sebagai pendatang dan warga pribumi yang didefinisikan sebagai orang asli Indonesia. Pada penelitian ini mahasiswa Madura sebagai subjek penelitian kedudukannya sejajar yaitu sama-sama pendatang dengan satu tujuan yaitu menuntut ilmu di tingkat perguruan tinggi.

Dalam penelitian Amy Maulana menampilkan dua suku bangsa yaitu komunitas tionghoa dan kaum pribumi, sedangkan dalam penelitian ini subjek penelitiannya yaitu mahasiswa Madura yang berasal dari suku bangsa, adat istiadat, bahasa, latar belakang yang sama yaitu sama-sama dari daerah Madura.

2. Yadida Azimah Syahdini, 2006; Budaya Komuniaksi Masyarakat Tengger (Studi di Desa Ngadisari Kecamatan Sukapura Kabupaten Probolinggo), yang mengangkat tentang budaya komunikasi masyarakat tenggeer. Temuan yang diperoleh dari penelitiann ini menjelaskan bahwa budaya komunikasi masyarakat tengger adalah budaya komunikasi yang lebih mengarah pada budaya tingkat rendah, di mana dalam berkomunikasi masyarakat tengger lebih mengedepankansisi emosional, perasaan daripada sebuah logika (rasionalitas). Hal ini dikarenakan masyarakat tengger sangat menjunjung tingi sikap tiposelero atau tenggang rasa antara sesama masyarakat tengger.

Sementara itu, dalam penelitian ini penulis meneliti subyek dan obyek yang berbeda yaitu “tradisi komunikasi mahasiswa Madura (studi deskriptif di fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya)”. Hasil penelitin ini dapat peneliti simpulkan bahwa tradisi komunikasi yang dilakukan mahasiswa Madura adalah tradisi komunikasi yang terbuka, langsung, penuh emosiaonal dan terkenal keras. Dimana penyampaian pesan dalam komuniukasi dilakukan secara balak-blakkan dan terus terang bahkan dengan nada tinggi. Adanya perbedaan logat atau

dialek antara mahasiswa yang berasal dari sumenep, Pamekasan, sampang, dan Bangkalan tidak menjadikan proses komunikasi pasif, karena meskipun demikian mereka bisa memahami dan mengerti dialek-dialek maupun logat-logat Madura. dan itu sudah menjadi suatu ciri khas bahasa dan dialek masyarakat daerah Madura.

Meskipun ada kesamaan penelitian antar keduanya, namun karena subyek dan obyek yang diteliti tidak sama, mak nanti secara terperinci hasilnya akan berbeda .

3. Henda Purnamawati, 2006. Sikap Etnosentris dalam Komuniaksi Antar Budaya (Studi Deskriptif tentang Sikap Etnosentris pada Mahasiswa Indekos di Wonocolo Surabaya). Penelitian ini mengangkat tentang sikap etnosentris pada mahasiswa indekos dan model interaksi antara mahasiswa yang berbeda budaya dalam kingkungan indekos di Wonocolo.

Dari penelitian ini temuan yang diperoleh adalah bahwa hal-hal yang membentuk sikap etnosentris antara lain: adanya stereotip atau prasangka masing-masing suku terhadap suku lainnya, serta adanya jarak sosial, yang dimaksud disini adalah tingkat penerimaan seseorang terhadap orang lain, dalam penelitian ini didasarkan pada perbedaan suku bangsa, budaya, daerah asal dan lain-lain. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan seseorang adalah jarak geografis dan kesamaan pengalaman. Model interaksi yang mereka gunakan adalah bahasa Jawa sebagai bahasa mayoritas suku dan penduduk di sekitar kos. Namun tak jarang terjadi pendiskriminasi bahasa yang dirasa kan oleh suku minoritas.

Dari penelitian diatas terdapat persamaan dengan penelitian penulis yaitu penggunaan bahasa sebagai media komunikasi dalam berinteraksi. Di samping itu yang membedakan antara keduanya adalah penggunaan bahasa Jawa dan penggunaan bahasa Madura sebagai kajian penelitian.

Banyak lagi kajian kepustakaa terdahulu yang relevan bagi pembandingan peneliti ini seperti karya Ernis Hidayati, yang berjudul “Pola Komunikasi di Panti Asuhan Muhammadiyah Blitar”, yang mengangkat tentang pola komunikasi antara pengurus dan anak asuh serta hambatan-hambatan yang muncul antara pengurus dan anak asuh dalam berkomunikasi di panti Asuhan Muhammadiyah Blitar.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografis, yang mencoba melakukan pengumpulan, penggolongan (pengklasifikasian) dan penganalisaan berbagai bentuk tradisi komunikasi mahasiswa Madura. Analisis penelitian ini tidak ubahnya dengan analisis data penelitian kualitatif dengan berdasarkan pada; data yang muncul berwujud *kata-kata* dan bukan rangkaian angka. Data ini dikumpulkan melalui berbagai macam cara; dokumentasi, wawancara, dan observasi.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan berdasarkan pada data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta menggunakan metode penelitian deskriptif artinya melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu. Metode penelitian deskriptif bertujuan untuk :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.³⁰

³⁰ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Cet. 1 (Jakarta: Ghalia Indonesia : 2002), h. 22.

Dengan demikian, metode deskriptif ini digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan mendalam fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu, dalam hal ini kajian tradisi komunikasi, secara aktual dan cermat.

Metode ini menitik beratkan pada observasi dan suasana alamiah. Peneliti bertindak sebagai pengamat. Ia hanya membuat kategori pelaku, mengamati gejala dan mencatatnya dalam buku observasi. Dengan suasana alamiah berarti peneliti terjun ke lapangan. Ia tidak berusaha memanipulasi variabel karena kehadirannya mungkin mempengaruhi gejala, peneliti harus berusaha memperkecil pengaruh tersebut.³¹ Dalam menggali data bagi proses validitas penelitian ini, tetapi tetap menggunakan dokumentasi.

Melihat konsepsi penelitian diatas, maka sudah sesuai dengan konteks permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Karena dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui taradisi komunikasi mahasiswa Madura khususnya di fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya dari segi penggunaan bahasa serta simbol-simbol komunikasi yang digunakan dalam proses komunikasi mereka sehari-hari. Setelah mendapatkan data atau informasi yang dimaksud, maka langkah selanjutnya yang ditempuh oleh peneliti yaitu menggambarkan informasi atau data tersebut secara sistematis untuk kemudian di analisis dengan menggunakan perbandingan dan perpaduan dengan teori yang sudah ada.

³¹ *Ibid*, hal 22

B. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah mahasiswa Madura yang mempunyai tradisi komunikasi dalam berinteraksi dengan mahasiswa Madura lainnya di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Mahasiswa Madura dalam konteks ini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya yang berasal dari Madura. Alasan dipilihnya Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya sebagai tempat penelitian, karena mahasiswa Madura di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya masih kuat mempertahankan identitas kulturelnya melalui berbagai ritualitas maupun rutinitas sehari-hari, ungkap Zubair Ilyas, mahasiswa Fakultas Dakwah, jurusan sosiologi semester VI, yang berasal dari Sumenep.. Kuatnya identitas kultural tersebut diperkuat dengan masih membudayanya bentuk-bentuk atau model-model bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

C. Jenis dan Sumber data

Jenis data dalam penelitian ini dibagi dalam bentuk kata-kata dan tindakan serta sumber data yang tertulis.³² Sedangkan sumber data dalam penelitian ini, disesuaikan dengan apa yang dikonsepsikan oleh Lofland dan Lofland (1984: 47), bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.³³ Berikut ini akan peneliti jelaskan mengenai jenis-jenis data yang berbentuk kata-kata dan tindakan serta sumber data yang tertulis.

³²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 122.

³³ *Ibid* h. 122.

1. Kata-kata dan Tindakan

Kata-kata dan tindakan yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman *video/audio tapes*, pengambilan foto atau film.³⁴

Dalam upaya mengumpulkan sumber data yang berupa kata-kata dan tindakan dengan menggunakan alat (*instrumen*) penelitian seperti tersebut di atas merupakan konsep yang ideal, tetapi dalam konteks ini, ketika peneliti melakukan proses wawancara dalam upaya menggali data atau informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, peneliti hanya menggunakan alat bantu yang berupa referensi sebagai pisau bedah di lapangan dan buku tulis serta bolpoint untuk mencatat informasi yang disampaikan oleh informan yakni Mahasiswa madura yang masih aktif kuliah di fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya..

2. Sumber Tertulis

Sumber tertulis dapat dikatakan sebagai sumber kedua yang berasal dari luar sumber kata-kata dan tindakan. Dilihat dari sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.³⁵

³⁴ *Ibid.*

³⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 113.

Dalam konteks ini, upaya untuk menggali data informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, peneliti mencari sumber data tertulis untuk memperkuat hasil penelitian. Dalam hal ini peneliti mendapatkan sumber data tertulis berupa buku yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, peneliti mencari sumber data tertulis untuk memperkuat hasil penelitian. dalam hal ini peneliti mendapatkan sumber data tertulis berupa buku yang berkaitan dengan kajian tradisi komunikasi mahasiswa madura serta buku tentang perubahan sosial dalam masyarakat agraris Madura dan berbagai buku penunjang lainnya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengadaan data primer untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data adalah langkah yang amat penting dalam metode ilmiah, karena pada umumnya data yang dikumpulkan digunakan untuk menguji hipotesa yang sudah dirumuskan.³⁶

Dalam penelitian ini, pengumpulan data akan dilakukan langsung

oleh peneliti dalam situasi yang sesungguhnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yang digunakan adalah data dokumentasi, wawancara mendalam yang berhubungan dengan data yang diperlukan dan observasi.

1. Dokumentasi

Penggunaan data dokumentasi dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan data-data tentang

³⁶ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, Cet. IV (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999), h. 211.

berbagai hal yang berhubungan dengan tradisi komunikasi mahasiswa madura dari segi penggunaan bahasa serta simbol-simbol komunikasi yang digunakan dalam proses komunikasi mereka sehari-hari. Seperti peta wilayah, foto-foto dokumenter aktifitas mahasiswa madura khususnya di fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Teknik dokumentasi ini juga digunakan untuk mendapatkan informasi dan data-data sekunder yang berhubungan dengan fokus penelitian.

2. Wawancara

Sedangkan penggunaan wawancara mendalam (*dept interview*) dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan data primer dari subyek penelitian dengan cara wawancara mendalam yang tidak berstruktur, dengan pertimbangan supaya dapat berkembang sesuai dengan kepentingan penelitian. Wawancara dalam penelitian ini bertujuan juga untuk mengumpulkan keterangan tentang pola interaksi sosial yang memunculkan tradisi komunikasi mahasiswa madura.

Wawancara dilakukan dengan dua cara yaitu, wawancara berencana dan wawancara tidak berencana. Perbedaananya terletak pada perlu tidaknya peneliti menyusun daftar pertanyaan kepada responden. Sedangkan dilihat dari bentuk pertanyaannya, tehnik wawancara dibagi dalam dua hal, yakni wawancara terbuka, dimana responden memiliki kebebasan dalam memberikan jawaban, dan wawancara tertutup, jawaban responden bersifat terbatas. Itulah sebabnya, peneliti merasa

perlu menyusun berbagai draf pertanyaan yang akan diajukan sebagai *guide line* dalam setiap wawancara.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

3. Observasi

Metode ini menggunakan pengamatan atau penginderaan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses atau perilaku. Pengumpulan data dengan menggunakan alat indera dan diikuti dengan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala atau fenomena yang diteliti.

Observasi dilakukan bila belum banyak keterangan yang dimiliki tentang masalah yang diselidiki. Dari hasil observasi, dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas tentang masalahnya dan mungkin petunjuk-petunjuk tentang cara memecahkan.³⁷

Penggunaan metode observasi dalam penelitian ini, sesuai yang di kemukakan oleh Blak dan Champion (1999), antara lain: *pertama*, digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id untuk mengamati fenomena sosial-keagamaan sebagai peristiwa aktual yang memungkinkan peneliti memandang fenomena tersebut sebagai proses; *kedua*, untuk menyajikan kembali gambaran dari fenomena sosial-keagamaan dalam laporan penelitian dan penyajiannya; dan *ketiga*, untuk melakukan eksplorasi atas setting sosial dimana fenomena itu terjadi. Sementara H.B. Sutopo (1997), mengemukakan bahwa teknik observasi digunakan untuk menggali data dari sumber data yang berupa peristiwa, tempat, lokasi dan benda serta rekaman gambar. Observasi

³⁷ S. Nasution, *Metode Research*, Edisi 1 (Bandung: Jemmars, 1982), h. 131.

dapat dilakukan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Observasi langsung dapat mengambil peran maupun tidak berperan. Spradley (1980), menjelaskan bahwa peran peneliti dalam metode observasi dapat dibagi menjadi: (1). Tak berperan sama sekali, (2). Berperan aktif, (3). Berperan pasif, dan (4). Berperan penuh, dalam arti peneliti benar-benar menjadi warga atau anggota kelompok yang sedang diamati.³⁸

Sebagai jenis penelitian etnografi, maka observasi dilakukan dengan pengamatan terlibat, dimana peneliti ikut serta berpartisipasi dalam setiap bentuk interaksi sosial mahasiswa madura. Dalam pelaksanaan pengamatan terlibat, peneliti harus memupuk lebih dahulu hubungan baik dan mendalam dengan informan. Ada rasa saling mempercayai antara peneliti dengan informan. Keterlibatan ini dilakukan agar diperoleh data yang sebenarnya dari para informan, bukan dari sebuah perilaku interaksi sosial yang dibuat-buat atau direkayasa.

E. Tahap -Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini ada dua, yaitu :

1. Tahap Pra Lapangan

a. Menyusun Rancangan Penelitian³⁹

³⁸ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, h. 167.

³⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 86.

Dalam konteks ini, peneliti terlebih dahulu membuat rumusan permasalahan yang akan dijadikan obyek penelitian, untuk kemudian membuat matrik usulan judul penelitian sebelum melaksanakan penelitian hingga membuat proposal penelitian.

b. Memilih Lapangan Penelitian

Cara terbaik yang perlu ditempuh dalam penentuan lapangan penelitian ialah dengan jalan mempertimbangkan teori substantif, pergilah dan jajakilah lapangan untuk melihat apakah terdapat kesesuaian dengan kenyataan yang berada di lapangan.⁴⁰

c. Mengurus Perizinan

Setelah membuat usulan penelitian dalam bentuk proposal, peneliti mengurus izin kepada atasan peneliti sendiri, ketua jurusan, dekan fakultas, kepala instansi seperti pusat dan lain-lain.⁴¹

2. Tahap Orientasi

Pada tahap ini, peneliti akan mengadakan pengumpulan data secara umum, melakukan observasi dan wawancara mendalam untuk memperoleh informasi luas mengenai hal-hal yang umum dari obyek penelitian. Informasi dari sejumlah responden di analisis untuk memperoleh hal-hal yang menonjol, menarik, penting dan berguna bagi

⁴⁰ Ibid

⁴¹ Ibid

penelitian selanjutnya secara mendalam. Informasi seperti itulah yang selanjutnya digunakan sebagai fokus penelitian.⁴²

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

3. Tahap Eksplorasi

Pada tahap ini, fokus penelitian lebih jelas sehingga dapat dikumpulkan data yang lebih terarah dan spesifik. Observasi ditujukan pada hal-hal yang dianggap ada hubungannya dengan fokus. Wawancara lebih berstruktur dan mendalam (*dept interview*) sehingga informasi yang mendalam dan bermakna dapat diperoleh.⁴³

F. Tehnik Analisis Data

Definisi analisis data, banyak dikemukakan oleh para ahli metodologi penelitian. Berikut ini adalah definisi analisis data yang dikemukakan oleh para ahli metodologi penelitian tersebut, yang terdiri dari

1. Menurut Bogdan dan Taylor (1971), analisis data adalah proses yang merinci usaha formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

(*ide*) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesa itu.

2. Menurut Lexy J. Moleong (2002), analisis data adalah proses mengorganisasikan dari mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

⁴² Cik Hasan Bisri dan Eva Rufaida, *Model Penelitian Agama dan Dinamika Sosial* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 224.

⁴³ Ibid h. 224.

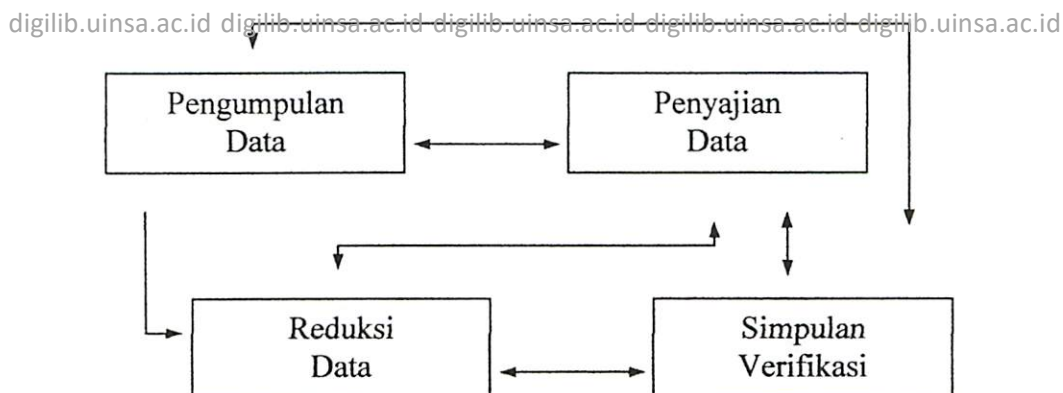
Dari pengertian diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa, analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademik dan ilmiah

Analisis data dilaksanakan mulai penetapan masalah, pengumpulan data dan setelah data terkumpulkan. Dengan menetapkan masalah penelitian, peneliti sudah melakukan analisis terhadap permasalahan tersebut dalam berbagai perspektif teori dan metode yang digunakan yakni metode alir. Analisis dalam penelitian ini terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan.⁴⁴ Tahap analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum di mulai sejak pengumpulan data 1) reduksi data, yang diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan – catatan tertulis di lapangan; 2) penyajian data (display data) dilakukan dengan menggunakan bentuk teks naratif dan 3) penarikan kesimpulan serta verifikasi. Proses analisis melalui model alir tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :⁴⁵

⁴⁴ Matthew B.Miles dan A Michael Huberman, Analisis Data Kualitatif, terj Tjejep Rohendi Rohidi , Jakarta, UI Press , 1992: 16 – 17

⁴⁵ *Ibid*, hal 18

Skema 1 Proses Analisis Data



Teknik analisis data dalam penelitian ini, dilakukan setelah data-data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam dan observasi. Kemudian data-data tersebut, di analisis secara saling berhubungan untuk mendapatkan dugaan sementara, yang dipakai dasar untuk mengumpulkan data berikutnya, lalu dikonfirmasi dengan informan secara terus menerus secara triangulasi.

G. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini, seperti yang dirumuskan ada tiga macam yaitu, antara lain :

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti pada latar penelitian.⁴⁶ Dalam konteks ini, dalam upaya menggali data atau informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian, peneliti selalu ikut serta dengan

⁴⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 175.

informan utama dalam upaya menggali informasi yang berkaitan dengan fokus penelitian. Misalnya peneliti selalu bersama informan utama dalam melihat lokasi penelitian.

2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan dilakukan dengan maksud menemukan ciri-ciri dan unsur - unsur dalam situasi yang relevan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.⁴⁷

Dalam konteks ini, sebelum mengambil pembahasan penelitian, peneliti telah melakukan pengamatan terlebih dahulu secara tekun dalam upaya menggali data atau informasi untuk di jadikan obyek penelitian dalam rangka memenuhi persyaratan untuk meraih gelar S-1, yang pada akhirnya peneliti menemukan permasalahan yang menarik untuk dibedah, yaitu masalah tradisi komunikasi mahasiswa madura khususnya di fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya dari segi penggunaan bahasa serta simbol-simbol yang digunakan dalam proses komunikasi mereka sehari-hari.

Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Denzin (1978),

⁴⁷ *Ibid*, h. 177.

membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyedik dan teori.⁴⁸

Validitas dan obyektifitas merupakan persoalan fundamental dalam kegiatan ilmiah. Agar data yang diperoleh peneliti memiliki validitas dan obyektifitas yang tinggi, diperlukan beberapa persyaratan yang diperlukan. Berikut ini akan peneliti kemukakan metode yang digunakan untuk meningkatkan validitas dan obyektifitas suatu penelitian, terutama dalam penelitian kualitatif. Robert K. Yin (1996), mensyaratkan adanya validitas *design* penelitian. Untuk itu, Paton (1984), menyarankan diterapkan teknik triangulasi sebagai validitas *design* penelitian. Adapun teknik triangulasi yang peneliti pakai dalam penelitian ini adalah triangulasi data atau triangulasi sumber. Sebagaimana dikemukakan Yin, triangulasi data dimaksudkan agar dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan multi sumber data.⁴⁹

Dalam konteks ini, upaya yang dilakukan oleh peneliti dalam pengecekan data yaitu dengan menggunakan sumber data, baik itu sumber data primer yang berupa hasil wawancara maupun sumber data sekunder yang berupa buku, majalah dan dokumen lainnya. Dengan memanfaatkan data (kualitatif) dari hasil observasi dan wawancara mendalam, dengan tujuan memberikan eksplanasi dan pemahaman yang lebih luas atas hasil data yang dikumpulkan. Dan kemudian peneliti melakukan langkah membandingkan atau mengkorelasikan hasil penelitian dengan teori yang

⁴⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 178.

⁴⁹ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, h. 185.

telah ada. Hal itu dilakukan untuk mencari perbandingan atau hubungan antara hasil penelitian dengan teori yang telah ada.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DATA

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

1. Letak Geografis

Dilihat secara geografis, IAIN Sunan Ampel berada di wilayah Surabaya Selatan. Yaitu di Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya. Lokasi IAIN Sunan Ampel berada sebelah timur jalan yang merupakan jalur utama gerbang kota Surabaya.

Kampus IAIN Sunan Ampel, tepat berada di depan kantor kepolisian Jawa Timur (POLDA JATIM), Universitas Bhayangkara (UBHARA) dan Graha Pena (PT. Jawa Pos). sedang di sebelah Utara terdapat bangunan Expo Jatim dan di sebelah Selatan terdapat PT. Perum Peruri yang bergerak di bidang pembuatan Materai.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Fakultas Dakwah merupakan salah satu Fakultas di lingkungan IAIN Sunan Ampel yang berdiri megah di sebelah timur laut menghadap ke barat.

Sarana perkuliahan Fakultas Dakwah ini terdiri dari dua gedung masing-masing tiga lantai, yang memiliki ruang perkuliahan, Aula, ruang komputer, ruang dosen, laboratorium audio visual, laboratorium foto grafi, laboratorium psikologi dan konseling, laboratorium desain grafis ndan animasi.

2. Sejarah Fakultas Dakwah

Fakultas Dakwah dari Surabaya berdiri dengan latar IAIN di Jawa Timur dengan nama "Sunan Ampel". Berdasarkan SK menteri agama no. 20/1965, tepatnya bulan Juli 1965, berpusat di Surabaya dengan tiga Fakultas yakni Fakultas Syari'ah di Surabaya, Fakultas Tarbiyah di Malang dan dan Fakultas Ushuluddin di Kediri.

Dalam perkembangna selanjutnya, lahirlah Fakultas Dakwah bersamaan dengan diperolehnya status akademik bagi ilmu Dakwah. Berdirinya Fakultas Dakwah lebih mempertimbangkan aspek praktik umat Islam yang sangat memerlukan tenaga da'i yang memiliki kualifikasi akademik, agar kegiatan Dakwah Islam mampu mengantisipasi problem umat Islam dalam pembangunan nasional.

Fakultas Dakwah lahir berdasarkan SK menteri agama no:256 tahun 1970.⁵⁰ Dengan SK ini kemudian Rektor IAIN Sunan Ampel waktu itu dijabat oleh bapak Prof TK. H. Ismail Ya'cub, SH, MA., segera membentuk panitia persiapan pembukaan, dengan ketuanya Drs. H. Slahuddin Hardy dan sekretarisnya Drs. L. Murtajik Sufri. Tugas kepanitian ini adalah mempersiapkan segala sarana dan prasarana penerimaan mahasiswa, rekrutmen staf pengajar dan lainnya. Proses kelahirtn ini juga ditandai pula dengan adanya penandatanganan program oleh oleh Muspida Jawa Timur dan pejabat Deparetmn Agama serta

⁵⁰ Depag, *Sejarah Institut Agama Islam Negeri Tahun 1976 sampai 1980* (Jakarta; Direktorat jendral pembinaan kelembagaan Agama Islam, 1986), 216

kurator dan dewan penyantun IAIN Sunan Ampel Surabaya, pada hari Sabtu Maret 1971.

Akhirnya pada tanggal 20 maret 1971/22 muharram 1391 H, pembukaan Fakultas Dakwah dilangsungkan. Untuk tahun akademik perdana dengan jumlah mahasiswa sebanyak 48 orang (36 pria dan 12 wanita).

Seiring berjalannya waktu Fakultas Dakwah berkembang dengan cepat. Kemudian pada tahun 1997 Fakultas Dakwah berhasil membuka 4 jurusan yaitu KPI (Kmunikasi Penyiarab Islam), BPI (Bimbingan Penyiarab Islam), PMI (Pengembangan Masyarakat Islam), dan MD (Manajemen Dakwah). untuk mempersiapkan menjadi UIN (Universitas Islam Negeri) telah dibuka program studi umum pada tahun 2000, hingga sekarang.

Sejak dibukanya Fakultas Dakwah di Surabaya IAIN Sunan Ampel tahun 1971/1972 sampai dengan awal tahun 1976/1977, kegiatan perkuliahan dilaksanakan terpencar di berbagai ruangan Fakultas terdahuku yang ada di Surabaya (Fakultas syari'ah, Adab dan Ushuludin). Sedang ruang kegiatan sekertariat dan ruang pimpinan bertempat dilantai dasar Fakultas ushuludin. Baru sejak pertengahan tahun 1976/1977 dapat menempati gedung baru yang terdiri dari sepuluh ruangan Administrasi / pim[inan dan satu ruang perpustakaan. Sarana dan prasaran Fakultas terus dikembangkan dari tahun ke tahun, hingga pada bulan Maret 1999 Fakultas Dakwah menempati gedung yang cukup megah denagntiga lantai

yang lebih memadai untuk proses belajar mengajar dan mulai berbenah diri dengan harapan- baru untuk menghasilkan sarjana Dakwah yang berkualitas. Karena semakin bertambahnya jumlah mahasiswa Fakultas Dakwah dengan adanya program studi umum (komunikasi, sosiologi, dan psikologi), maka untuk memudahkan proses belajar mengajar, Fakultas Dakwah juga membangun satu gedung lagi lantai tiga yang digunakan sebagai proses belajar mengajar mahasiswa program studi umum.

Adapun komposisi pimpinan dari tahun ke tahun adalah sebagai berikut :

a. Periode 1970 – 1972

Dekan	: Drs. H. Salahuddin Hardy
PD I	: Ust. H. Abd. Rochiem Noor
PAD II	: Drs. H. Muhammad Hsb
PAD III	: Drs. Hadji Ali Sholeh

b. Periode 1972 – 1975

Dekan	: Drs. H. Salahuddin Hardy
PD I	: Drs. H. Abd. Jabbar Adlan
PD II	: Drs. H. Muhammad Hsb

c. Periode 1975 – 1979

Dekan	: Ustd. H. Abd. Mudjib Manan
PD I	: Drs. H. Abd. Jabbar Adlan
PAD II	: Drs. H. Muhammad Hsb
PAD III	: -

d. Periode 1979 – 1993

Dekan : Drs. Bisri Affandi, MA.

PD I : Drs. H. Abd. Jabbar Adlan

PAD II : Drs. H. Muhammad Hsb

PAD III : -

e. Periode 1983 – 1988

Dekan : Drs. H. Abd. Jabbar Adlan

PD I : Drs. H. Imam Sayuti Farid, SH

PAD II : Drs. H. Habibur Rahman

PAD III : Drs. Sapari Imam Asya'ari

f. Periode 1988 – 1991

Dekan : Drs. H. Salahuddin Hardy

PD I : Drs. H. Imam Sayuti Farid, SH

PAD II : Drs. Sapari Imam Asya'ari

PAD III : Drs. AAI. Dalimunthe

g. Periode 1991 – 1994

Dekan : Ustd. H. Abd. Mudjib Manan

PD I : Drs. H. Imam Sayuti Farid, SH

PAD II : Drs. H. Habibur Rahman

PAD III : Drs. AAI. Dalimunthe

h. Periode 1994 – 1997

Dekan : Ustd. H. Abd. Mudjib Manan

PD I : Drs. Sahudi Siroj

PAD II : Drs. Mutholib Ilyas

PAD III : Drs. H. Imam Sayuti Farid, S

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

i. Periode 1997 – 2001

Dekan : Drs. H. Imam Sayuti Farid, S

PD I : Drs. Sahudi Siroj

PAD II : Drs. Mutholib Ilyas

PAD III : Drs. Moh. Ali Aziz, M. Ag

j. Periode 2001 – 2005

Dekan : Drs. Moh. Ali Aziz, M. Ag

PD I : Dra. Hj. St. Azizah Rahayu, M.Si

PAD II : Dra. Hj. Suhartini, M.Si.

PAD III : Drs. H. Shonhaji Sholeh, Dip. Is

k. Periode 2005 –

Dekan : Prof. Dr. H. Shonhaji Sholeh, Dip. Is

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

PD I : Dra. Sri Hastutik, M. Ag

PAD II : Dra. Hj. St. Azizah Rahayu, M.Si

PAD III : Drs. H. Sunarto, SH

Dari tahun ke tahun Fakultas Dakwah berusaha untuk membenahi diri dalam era melenium ketiga ini. Dan untuk lebih memaksimalkan pencapaian kompetensi sesuai dengan peminatan jurusan. Kerjasama telah dan sedang dilakukan dengan instansi profesi antara lain RRI Surabaya dan beberapa radio siaran swasta, TVRI, JTV, harisn pagi Jawa Pos, Radar Surabaya, Radar Mojokerto, Radar Bojonegoro, Tabloid

Nurani, Harian Bangsa, Lembaga Dakwah (Rumah Sakit Islam Siti Hajar Sidoarjo, Bank Muamalat, Yayasan dana sosial Al Falah), Rumah Sakit Jiwa Menur, dan masyarakat bina. Sedangkan untuk pengabdian masyarakat telah dilakukan sejumlah kerjasama antara lain dengan Pemerintah Provinsi Jawa Timur, Pemerintahan Kabupaten Gresik, Pasuruan, dan Situbondo, Balai Pemberdayaan Kimpraswil Surabaya, Politeknik Kesehatan Surabaya, Pemerintah Kota Surabaya, HIMPSI Wilayah Jawa Timur, PTN dan PTS se Surabaya.

3. Latar Belakang Mahasiswa

Mahasiswa atau mahasiswi yang dinyatakan lulus dalam penyalangan tes ujian masuk IAIN Sunan Ampel Surabaya dan memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu, berhak menjadi mahasiswa/mahasiswi Fakultas Dakwah. Terlepas apakah mereka memiliki ijazah SMU, Aliyah atau pun MA Pondok. Yang terpenting mereka memenuhi persyaratan yang ditentukan, yakni antara lain :

- a. Memiliki ijazah negara SMU sederajat Aliyah negeri atau swasta
- b. Memenuhi persyaratan administrasi
- c. Mengikuti seleksi ujian masuk yang terdiri dari bahasa Arab, bahasa Inggris, pengetahuan agama Islam dan IPS. Disamping materi tulis, juga diharuskan mengikuti materi lisan yakni kemampuan membaca Al-Qur'an. Mahasiswa yang diterima merupakan yang berminat dan mempunyai kemampuan untuk mengikuti ujian dan menyelesaikan

pendidikan pada IAIN Sunan Ampel (khususnya Fakultas Dakwah)

sesuai dengan prestasi dan batas waktu yang ditentukan.

Dari dokumentasi yang peneliti peroleh dari akademik Fakultas

bahwa jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah saat ini sebanyak 1060

mahasiswa, yang tersebar di semua jurusan ini dapat dilihat dalam tabel

berikut;

Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah

IAIN Sunan Ampel Surabaya Semester Genap 2006-2007

Kelas	Jurusan	Semester				
		2	4	6	8	
A	KPI			21		
B			25		30	
B1		33	26	10	25	
B2			-	21		
C	PMI	17	15	26	32	
D	BPI	19	12	24	26	
E	MD	20	26	33	30	
F	SOS	20	12	26	23	
G	KOM	28		23		
G1					29	
G2			18			
H			15			
H1		28	16	19	29	
H2		28		14		
I	PSI	28				
J			33	30	33	
J1		28	31	29	23	
J2		26				
Jumlah		275	229	276	280	1060

Dilihat dari asal daerahnya, mahasiswa Fakultas Dakwah berasal dari daerah Jawa Timur, Jawa Tengah, Madura dan sebagian dari luar Jawa

B. TRADISI KOMUNIKASI MAHASISWA MADURA

Manusia dalam kehidupannya sehari-hari tidak jarang bersinggungan dengan masalah-masalah ketradisian. Lebih dari itu manusia juga sebagai pengguna hasil-hasil tradisi baik yang berwujud tradisi non material, disadari atau tidak manusia akan melihat, menggunakan bahkan tidak jarang juga akan merusak hasil-hasil tradisinya sendiri, apabila diamati secara rinci masyarakat dan tradisi merupakan suatu keseluruhan dan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, karena antara satu dan yang lainnya saling berkaitan serta saling mempengaruhi. Dengan demikian karakteristik suatu masyarakat diidentikkan dengan tradisi yang mereka miliki. Pusat perhatian tradisi dan komunikasi terletak pada variasi langkah dan cara manusia berkomunikasi melintasi komunitas manusia atau kelompok sosial.

Pelintasan komunikasi ini menggunakan kode-kode pesan, baik secara verbal maupun nonverbal, yang secara alamiah selalu digunakan dalam konteks interaksi. Dalam hal ini juga meliputi bagaimana menjajaki makna, pola-pola tindakan dan bagaimana makna serta pola-pola itu di artikulasi dalam sebuah kelompok sosial, kelompok tradisi, kelompok politik, proses pendidikan bahkan lingkungan teknologi yang melibatkan interaksi antar manusia.

Bentuk-bentuk tradisi yang sering manusia gunakan dalam kehidupan sehari-hari diantaranya tercermin dalam budaya folk (budaya rakyat) maupun folklor. Folklor yang menjadi bentuk kebudayaan masyarakat adakalanya berbentuk folklor lisan maupun bukan lisan. Salah satu folklor lisan adalah bahasa rakyat. Dalam berkomunikasi masyarakat seringkali menggunakan bahasa sebagai alat untuk penyampaian pesan yang menyimpan beragam fungsi.

Tradisi komunikasi terbentuk dalam proses-proses interaksi dalam lingkungan tertentu, utamanya yang memiliki kesamaan bahasa, etnisitas dan budaya. Tradisi komunikasi dalam penelitian ini lebih dikontekskan pada pola interaksi yang terjadi pada mahasiswa Madura; meliputi mahasiswa Madura dengan mahasiswa Madura. Proses komunikasi yang dilakukan mahasiswa Madura tersebut yang terjadi secara terus menerus akhirnya menjadi tradisi komunikasi yang khas Madura, baik dalam pemaknaannya, pola-pola tindakan dan penggunaan bahasa verbal dan non verbal dalam proses interaksi.

Secara kultural, mahasiswa Madura merupakan bagian integral dari masyarakat Jawa. Karenanya, memang tidak ada pembeda jelas antar mahasiswa Madura dengan orang Jawa lainnya, kecuali hanya masalah bahasa yang digunakan serta adat istiadat.

Sifat mahasiswa Madura pada dasarnya jujur dan sederhana. Hendrik, mahasiswa Fakultas Dakwah jurusan program studi ilmu komunikasi mengatakan bahwa mahasiswa Madura mempunyai hubungan yang sangat erat, walaupun mereka tidak kenal sebelumnya. Apabila bertemu dimanapun,

asalkan tahu kalau dia berasal dari Madura, maka interaksi antara mereka akan terjalin dengan baik. Namun demikian, peneliti seringkali mengalami kesulitan untuk mendapatkan informasi banyak perihal segala sesuatu tentang Madura, baik sejarah, tradisi maupun legenda Madura. Hampir semua mahasiswa Madura yang ditanya berkaitan dengan kebiasaan komunikasi yang mereka lakukan sehari-hari, selalu tidak memberikan jawaban secara jelas, sistematis dan komprehensif. Selalu saja dijawab seadanya, santai dan cenderung bersahaja.

Mahasiswa Madura sangat menghormati leluhurnya. ini terlihat ketika mereka menceritakan tentang riwayat yang berhubungan dengan leluhurnya kepada peneliti ketika sedang berbincang-bincang santai sambil menikmati isapan rokok di salah satu kos-kosan mahasiswa Madura, bahwa “merupakan suatu kebahagiaan bagi mahasiswa Madura ketika sedang membahas leluhurnya, sebab seakan-akan mereka merasa menghormati kepada leluhurnya. Hal ini sudah menjadi tradisinya, sehingga kadang-kadang apabila ada pertanyaan yang mengarah terhadap leluhurnya mereka akan merasa bangga untuk menjawabnya dengan mengagungkan leluhurnya. Kenyataan seperti ini bukan karena kesombongan melainkan karena sebagai wujud dari penghormatan terhadap leluhurnya” tutur Imam Sayuti mahasiswa Fakultas Dakwah jurusan Pengembangan Masyarakat Islam asal Sumenep.

Dalam berkomunikasi mahasiswa Madura sangat dipengaruhi oleh tradisi mereka yang sangat khas, mulai dari logat bahasa, cara mereka bertutur kata, menyampaikan pesan mereka yang ada dalam pikiran mereka sampai

pada pengungkapan atau pengekspresian perasaan mereka. Menurut Iskandar bahwa mahasiswa Madura dalam pengungkapan perasaan dan pola pikir mereka akan suatu hal cenderung tidak pakai basa basi, langsung pada pembicaraan utama, hal ini dikarenakan mahasiswa Madura lebih menghargai waktu daripada kemasam pesan yang akan disampaikan”.

Ketika wawancara dengan Erliyanto mahasiswa Madura asal Pamekasan bahwa mahasiswa yang ada di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel sebetulnya berasal dari beberapa daerah di Madura. Di mana daerah-daerah tersebut memiliki perbedaan bahasa, walaupun perbedaan tersebut tidak terlalu jauh. Tapi masyarakat Madura bisa memahami bahwa orang tersebut dari daerah Bangkalan, sumenep, sampang ataupun Pamekasan hanya dengan mendengarkan logat dan bahasa yang di pakai. Berikut beberapa contoh perbedaan bahasa Madura sesuai dengan daerah masing-masing, yaitu seperti :

Kata-kata “*Be’na*” untuk daerah Sumenep, “*Be’en*” daerah pamekasan, “*Kake*” untuk daerah Sampang dan “*Hedhe*” untuk daerah Bangkalan, kata-kata tersebut sebetulnya mempunyai arti yang sama yaitu “*Kamu*”.

Dengan perbedaan bahasa serta dialek itulah masyarakat Madura bisa mengenali orang atau teman yang diajak bicara tersebut berasal dari daerah mana. Walaupun dalam penggunaannya, tidak menutup kemungkinan orang Sumenep juga bisa menggunakan bahasanya orang Sampang demikian juga

sebaliknya dan seterusnya. Akan tetapi bahasa serta dialek itulah yang menjadi ciri khas suatu daerah di Madura.

Akan tetapi perbedaan tersebut tidak kemudian memicu kesenjangan etnis atau daerah di antara para mahasiswa Madura. Bahkan perbedaan tersebut malah menambah erat hubungan emosional dan kekeluargaan masyarakat Madura yang berada di luar pulau. Sehingga banyak masyarakat atau mahasiswa Madura di Fakultas Dakwah yang bergabung dalam organisasi daerah seperti IKMAS (ikatan Mahasiswa Sumenep), IKAMABA (Ikatan Mahasiswa Bangkalan), dan eLMEN'S (Lingkar Mahasiswa Pamekasan Surabaya). Dengan organ-organ inilah komunitas mahasiswa Madura melakukan interaksi secara formalitas. Tapi rasa persaudaraan dan penghormatan di antara mereka tidak pernah hilang. Bahkan ada sebagian orang Madura yang beranggapan bahwa merupakan sebuah pantangan jika orang Madura harus konflik (carok) dengan sesama orang Madura di luar pulau Madura”.

Mahali, mahasiswa Madura asal Sumenep mengatakan bahwa “Mahasiswa Madura dalam melakukan komunikasi antara sesama tidak terlalu berbelit-belit dan cenderung blak-blakan, baik mereka yang komunikasi yang dilakukan antar sesama daerah atau pun dengan daerah lain. dan logat Maduranya sangat kental. Akan tetapi jika mereka berkomunikasi dengan masyarakat Jawa (luar Madura) tidak sedikit dari mahasiswa Madura yang menguasai dan memahami bahasa Jawa, walaupun bahasa Jawa yang mereka pakai masih sangat kasar, dan logat keMaduraannya tampak jelas. Mereka

biasanya menggunakan bahasa Indonesia dalam berkomunikasi dengan masyarakat luar Madura. Dan logat Maduranya pun terdengar tampak jelas dalam intonasi dan pengucapan serta rangkaian kalimatnya yang cenderung menggunakan kalimat-kalimat pasif”.

Pada saat peneliti menyapa mahasiswa Madura yang biasa dipanggil Zubaidah, mahasiswa Fakultas Dakwah jurusan Komunikasi Penyiaran Islam semester II asal Sampang, dengan wajah lelah dia tetap saja ramah dalam menjawab sapaan peneliti, dan tak lupa mereka hiasi jawaban itu dengan penuh senyuman.

Dalam masyarakat Madura mereka selalu memandang semua orang sama dan satu keturunan.,ucap Erliyanto, mahasiswa Fakultas Dakwah jurusan Pengembangan Masyarakat Islam semester VI. Dia juga mengatakan bahwa semua mahasiswa Madura memiliki derajat yang sama serta tidak ada perlakuan berbeda satu sama lainnya, kecuali dalam urusan agama atau ritual mereka sangat menghargai kehidupan pribadi orang lain, dimana mahasiswa Madura dalam aktivitas sosial diperlakukan sama. Realitas ini dapat dilihat dalam keterlibatan semua mahasiswa Madura dalam organisasi-organisasi intra dan ekstra kampus.

C. SIMBOL-SIMBOL KOMUNIKASI MAHASISWA MADURA

Salah satu kebutuhan pokok manusia, seperti dikatakan Susanne K Langer, adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang⁵¹. Dan salah satu sifat dasar manusia adalah kemampuan menggunakan simbol-simbol serta menciptakan simbol-simbolnya juga, hal ini membuktikan bahwa manusia sudah memiliki tradisi yang tinggi dalam berkomunikasi, mulai dari simbol yang sederhana seperti bunyi dan isyarat, sampai kepada simbol yang dimodifikasi dalam bentuk signal-signal melalui gelombang udara dan cahaya.

Kemampuan tersebut, sebagian orang mungkin menyebutnya keharusan, untuk mengubah data mentah hasil pengalaman indra menjadi simbol-simbol, kita juga dapat menggunakan simbol-simbol untuk menunjuk kepada simbol lain (seperti konsepsi tujuan, nilai, cita) dan untuk mewariskan pengetahuan dan wawasan yang terpendam dari generasi ke generasi. Daya simbolisasi ini, menurut Wieman dan Walter, bertanggung jawab atas kejadian dan kelangsungan pertumbuhan kepribadian manusia dan atas pekerjaan-pekerjaan kreatif umat manusia.⁵²

Sementara sarjana kontemporer sependapat dengan Wieman dan Walter bahwa kemampuan menggunakan simbol adalah ciri unik manusia. Suzanne Langer, misalnya, berpendapat, "simbolisme merupakan kunci kehidupan mental khas manusia dan melebihi tingkatan hewani belaka." Ia yakin bahwa "kebutuhan dasar akan simbolisasi, yang mungkin tidak dimiliki

⁵¹ Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rahmat, *Komunikasi Antartradisi* (Bandung, Remaja Rosda Karya :1993) hal 23

⁵² Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung, Remaja Rosdakarya : 2004) hal. 164

makhluk lain,” jelas pada manusia, berfungsi secara kontinue dan merupakan proses fundamental pikiran manusia.⁵³

Sebagai pengguna dan penafsir simbol manusia terkadang irasional dengan menganggap seolah-olah ada kemestian atau ada hubungan alamiah antara suatu simbol dengan apa yang disimbolkan. buktinya masih ada orang yang menanam kepala kerbau sebelum membangun sebuah gedung, konon demi keselamatan gedung itu. Ada lagi sebagian orang yang masih percaya adanya hari baik atau hari buruk untuk membuat sebuah keputusan penting atau melakukan suatu perjalanan.

Simbol komunikasi sangatlah dipengaruhi oleh tradisi masyarakat dimana ia tinggal. Semua simbol baik yang berupa kata-kata yang terucapkan, sebuah objek seperti kepulan asap, suatu gerakan tubuh, sebuah tempat atau sebuah peristiwa, merupakan bagian-bagian suatu sistem simbol. Simbol adalah objek atau peristiwa apa pun yang menunjuk pada sesuatu. simbol itu meliputi apapun yang dapat kita rasakan atau kita alami.

Sedemikian tidak terpisahkannya hubungan antara manusia dengan budaya, sampai ia disebut makhluk budaya. Tradisi sendiri terdiri atas gagasan-gagasan, simbol-simbol dan nilai-nilai sebagai hasil karya dari tindakan manusia, sehingga tidaklah berlebihan jika ada ungkapan, “begitu eratnya tradisi manusia dengan simbol-simbol, sampai manusia pun disebut makhluk dengan simbol-simbol. manusia berfikir, berperasaan dan bersikap dengan ungkapan-ungkapan yang simbolis.

⁵³ *Ibid*, hal 164 - 165

Dalam perspektif demikian, maka simbol-simbol komunikasi yang terdapat dalam mahasiswa Madura terlihat dari cara mereka merepresentasikan diri dalam proses-proses komunikasi sehari-hari.

Sebagaimana disebutkan diatas, mahasiswa Madura mempunyai kesan bersahaja serta berwibawa. Kesan tersebut tampak mengemuka ketika mahasiswa Madura memberikan simbol-simbol tertentu untuk mengkomunikasikan diri. Contohnya dalam mengkomunikasikan kemarahannya. manusia berkata-kata keras, menantang, atau mungkin lebih bersikap emosional. Kondisi ini sama dengan apa yang dilakukan oleh Mahasiswa Madura ketika mereka sedang marah, raup wajahnya kelihatan memerah saat mereka marah, ini merupakan wujud kemarahannya.

Mahasiswa Madura sangat menghargai kehormatan dan harga diri, ketika kehormatan dan harga diri mereka diganggu, mereka akan sangat marah, kemudian mereka cenderung bersikap konfrontatif. Sebagaimana orang Madura pada umumnya, sikap konfrontatif sudah menjadi watak bagi mahasiswa Madura yang saat ini menempuh pendidikan di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel surabaya. Hal ini juga berpegangan dengan pedoman hidup mahasiswa Madura, baik yang berupa mitos; legenda; dongeng atau apapun namanya oleh masyarakat lain menyebutnya. Tetapi justru mitos sebagai pedoman hidup melembaga dalam diri mahasiswa Madura. Bukan dalam artian membenaran fakta akan berbagai bentuk mitos yang ada, melainkan memberikan satu pemaknaan tentang hakikat kebenaran dan kebaikan dari ajaran tersebut.

1. Simbol verbal yang digunakan dalam proses komunikasi

Dalam hal ini simbol komunikasi verbal yang mereka gunakan dalam proses komunikasi di lingkungan Fakultas Dakwah IAIN Sunan

Ampel Surabaya adalah bahasa Madura, yakni bahasa Madura yang biasa mereka gunakan sehari-hari dalam berinteraksi dengan sesama mahasiswa Madura. Itulah sebabnya, mahasiswa Madura menggunakan bahasa dialek Madura, bahasa dialek Madura jika diperhatikan secara serius ada yang agak mirip dengan dialek logat Jawa. Hanya ada istilah-istilah tertentu yang agak berbeda dengan bahasa Jawa pada umumnya, seperti: ketika ketemu dengan temanya, mereka menyapa dengan "*Beremma kabereh, beres.....?*" yang dalam bahasa Indonesia mempunyai arti "*bagaimana kabarnya, baik..?*" dan apabila sudah lama tidak ketemu dan kemudian ketemu dengan temanya mereka mengucapkan dengan "*De'emma bhei be'na, ma'abid ta' e katale*" yang berarti "*kemana aja kamu kok lama tidak kelihatan*".
 "uang mereka sebut dengan "*pese*", saat melewati jalan sebuah perkampungan dimana di depan atau disamping ada orang yang lebih tua atau yang dihormati sedang duduk-duduk dibawah atau bergerombol/berbincang-bincang mereka akan mengucapkan "*Ghelenun*", dimana apabila dalam bahasa Indonesia kita kenal dengan kata "*permisi*", sedangkan dalam bahasa Jawa pada umumnya istilah tersebut lebih kita kenal dengan istilah "*nyuwun sewu*". Istilah lain yang berbeda yakni "*ayo' toju' ghellu*," yang artinya menyilahkan masuk orang untuk masuk ke dalam rumah, kemudian mempersilakan duduk yang pada bahasa Jawa

secara umumnya adalah kata “*monggo*” atau “*Monggo pinarak*” , semua ungkapan diatas sering peneliti jumpai ketika peneliti berinteraksi dengan mereka (mahasiswa asal Madura).

Masih banyak lagi istilah-istilah yang tidak bisa peneliti sebutkan semuanya. Seperti; ketika mereka melakukan kesalahan terhadap orang lain mereka akan meminta maaf dengan menggunakan “*saporanah*” itu berarti pengungkapan maaf, dan waktu mendapatkan pertolongan dari orang lain, mereka akan mengucapkan “*sakalangkong*” yang berarti “*terimah kasih*” dalam bahasa Indonesia. Disamping komunikasi yang mereka lakukan terlihat kasar, penuh emosional akan tetapi maksud yang disampaikan sebenarnya sangat baik dan penuh kesopanan.

2. Simbol Nonverbal yang digunakan dalam proses komunikasi

Sedangkan Simbol Nonverbal yang digunakan dalam proses komunikasi oleh mahasiswa Madura, kata Hendrik mahasiswa Fakultas Dakwah jurusan komunikasi semester II bahwa kalau mata mereka sudah merah itu tandanya marah berat (sangat marah). Maka dari itu, di Madura ada istilah “*katembeng mera mata lebbi begus mera dara*” yang berarti “*dari pada merah mata lebih baik merah darah*” itu merupakan ungkapan orang Madura ketika tersinggung kehormatan dan harga dirinya. Ini menunjukkan bahwa orang-orang Madura mayoritas ikatan emosionalnya kuat, dan begitu juga sangat tinggi dalam menghargai orang lain maupun sesama orang Madura. Sehingga ketika ada orang lain yang mengganggu martabat atau kehormatannya, mereka tidak segan-segan

bertindak konfrontatif, bahkan sampai pada tindakan menghabisi nyawa, yang bisa terkenal dengan istilah *carok*. ini merupakan salah satu bentuk simbol nonverbal orang-orang Madura.

Tentang tradisi carok sebagai simbol nonverbal masyarakat Madura. Erliyanto, mahasiswa Fakultas Dakwah asal Pamekasan Madura mengatakan bahwa tradisi carok sebagai simbol memiliki makna bahwa mereka mempunyai harga diri yang tinggi serta penghormatan yang tinggi terhadap hak milik mereka termasuk juga isteri. maka, jika kehormatan mereka atau harga diri mereka dihina, maka orang Madura tidak segan-segan untuk menantang carok terhadap pihak yang menghina. Karena pada prinsipnya orang Madura sering mengungkapkan "*katembheng pote mata, bengo'an pote tolang*" yang artinya ketimbang putih mata, mendingan putih tulang aja. Ungkapan itu sebetulnya memiliki makna bahwa orang Madura itu lebih memilih mati karena mempertahankan kehormatannya, ketimbang mereka harus hidup dengan menahan rasa malu.

Ungkapan itu sebetulnya sudah menjadi prinsip orang-orang Madura dimanapun mereka hidup. Akan tetapi orang Madura memiliki rasa tanggung jawab dan keberanian tinggi. Serta sangat menghargai kejujuran dan suka memaafkan kesalahan orang, jika orang yang berbuat salah tersebut secara terang-terangan mengakui kesalahannya dan meminta maaf.

Orang Madura walaupun memiliki tradisi carok sebagai simbol harga diri mereka yang tinggi, bukan berarti mereka tidak bisa

menyelesaikan masalah secara damai, melalui musyawarah atau pun kesepakatan bersama. Tradisi carok biasanya terjadi pada kasus-kasus yang menyangkut harga diri dan penghinaan yang besar terhadap orang Madura. Akan tetapi jika orang yang menghina tersebut mengakui dan meminta maaf terhadap orang yang dihina, maka carok tidak akan terjadi. dan masalah tersebut bisa diselesaikan secara damai dan tanpa dendam. Akan tetapi kesalahan tersebut tidak boleh diulang lagi. Karena kalau kesalahan yang sama diulang oleh orang yang sama maka, carok tidak bisa dihindarkan lagi. Karena mereka merasa dipermainkan.

Masih ungkap Erliyanto, mahasiswa Fakultas Dakwah jurusan Pengembangan Masyarakat Islam semester VI "Suatu analogi yang biasanya dipakai oleh mahasiswa Madura di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel tentang tradisi carok yang terkenal dipulau Madura, sehingga Madura dikenal dengan watak yang keras dan sadis, adalah bahwa mereka sering mengatakan Madura berasal dari kata *Madu* dan *Darah*. Yang mana kata-kata *Madu* adalah sebagai symbol dari rasa manis dan kental. Sedangkan darah adalah symbol dari keberanian mereka dalam menjaga dan memperjuangkan kehormatan yang tinggi. Jadi arti Madura atau Madu dan Darah sering dianalogikan bahwa jika orang Madura di halusi mereka bisa lebih halus bahkan bisa lebih manis dari madu, akan tetapi jika mereka dikasari mereka bisa lebih kasar dan bahkan mengeluarkan darah. Hal inilah yang kemudian jadi prinsip orang Madura jika hidup di luar pulau Madura. Mereka bisa lebih baik daripada orang yang baik padanya

dan orang Madura bisa lebih jahat ketimbang orang yang jahat pada mereka.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
Kebiasaan mahasiswa asal Madura terlihat ketika sedang berjalan

diantara orang yang bergerombol mereka selalu menundukan kepala, apalagi ketika berhadapan dengan orang tua mereka selalu menghormatinya, ini terlihat ketika bersama-sama berada di ruang tamu mereka mempersilakan yang lebih tua duduk di tempat yang lebih bagus daripada dirinya, ini peneliti alami waktu peneliti bertamu di salah satu rumah kos dan disitu ada orang tua salah satu mahasiswa Madura yang sedang menjenguk anaknya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB V

ANALISIS DATA

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. HASIL TEMUAN PENELITIAN

1. Tradisi Komuniikasi Mahasiswa Madura

Dalam berkomunikasi mahasiswa Madura sangat dipengaruhi oleh tradisi mereka yang sangat khas, mulai dari logat bahasa, cara mereka bertutur kata, menyampaikan pesan mereka yang ada dalam pikiran mereka sampai pada pengungkapan atau pengekspresian perasaan mereka. Seringkali mahasiswa Madura dalam pengungkapan perasaan dan pola pikir mereka akan suatu hal cenderung tidak pakai basa basi, langsung pada pembicaraan utama, hal ini dikarenakan mahasiswa Madura lebih menghargai waktu daripada kemasan pesan yang akan disampaikan. Masyarakat Madura, dalam hal ini mahasiswa Madura, tidak perlu merangkai kata-kata yang indah, yang enak di dengar, mereka lebih mengutamakan inti pesan, agar pesan tersebut bisa dengan mudah dipahami oleh lawan bicaranya.

Mahasiswa yang ada di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel sebetulnya berasal dari beberapa daerah di Madura. Di mana daerah-daerah tersebut memiliki perbedaan bahasa, walaupun perbedaan tersebut tidak terlalu jauh. Tapi masyarakat Madura bisa memahami bahwa orang tersebut dari daerah Bangkalan, sumenep, sampang atau pun Pamekasan hanya dengan mendengarkan logat dan bahasa yang di pakai. Berikut

beberapa contoh perbedaan bahasa Madura sesuai dengan daerah masing-masing, yaitu seperti :

Kata-kata "*Be'na*", untuk daerah Sumenep, "*Be'en*" daerah pamekasan, "*Kake*" untuk daerah Sampang dan "*Hedhe*" untuk daerah Bangkalan, kata-kata tersebut sebetulnya mempunyai arti yang sama yaitu "*Kamu*".

Dengan perbedaan bahasa serta dialek itulah masyarakat Madura bisa mengenali orang atau teman yang diajak bicara tersebut berasal dari daerah mana. Walaupun dalam penggunaannya, tidak menutup kemungkinan orang Sumenep juga bisa menggunakan bahasanya orang Sampang demikian juga sebaliknya dan seterusnya. Akan tetapi bahasa serta dialek itulah yang menjadi ciri khas suatu daerah di Madura.

Akan tetapi perbedaan tersebut tidak kemudian memicu kesenjangan etnis atau daerah di antara para mahasiswa Madura. Bahkan perbedaan tersebut malah menambah erat hubungan emosional dan kekeluargaan masyarakat Madura yang berada di luar pulau. Sehingga banyak masyarakat atau mahasiswa Madura di Fakultas Dakwah yang bergabung dalam organisasi daerah seperti IKMAS (ikatan Mahasiswa Sumenep), IKAMABA (Ikatan Mahasiswa Bangkalan), dan eLMEN'S (Lingkar Mahasiswa Pamekasan Surabaya). Dengan organ-organ inilah komunitas mahasiswa Madura melakukan interaksi secara formalitas. Tapi rasa persaudaraan dan penghormatan di antara mereka tidak pernah hilang. Bahkan ada sebagian orang Madura yang beranggapan bahwa merupakan

sebuah pantangan jika orang Madura harus konflik (carok) dengan sesama orang Madura di luar pulau Madura.

Mahasiswa Madura dalam melakukan komunikasi antara sesama tidak terlalu berbelit-belit dan cenderung blak-blakan, baik mereka yang komunikasi yang dilakukan antar sesama daerah atau pun dengan daerah lain. dan logat Maduranya sangat kental. Akan tetapi jika mereka berkomunikasi dengan masyarakat Jawa (luar Madura) tidak sedikit dari mahasiswa Madura yang menguasai dan memahami bahasa Jawa, walaupun bahasa Jawa yang mereka pakai masih sangat kasar, dan logat keMaduraannya tampak jelas. Hal ini biasanya dilakukan oleh mahasiswa yang sudah lama atau minimal 1 tahun di Surabaya. Sedangkan mereka yang tidak pernah tau bahasa Jawa atau mereka yang masih baru. Mereka biasanya menggunakan bahasa Indonesia dalam berkomunikasi dengan masyarakat luar Madura. Dan logat Maduranya pun terdengar tampak jelas dalam intonasi dan pengucapan serta rangkaian kalimatnya yang cenderung menggunakan kalimat-kalimat pasif.

Dalam masyarakat Madura mereka selalu memandang semua orang sama dan satu keturunan. Sehingga mereka sangat menghargai orang lain, Menariknya kultur ini terbangun secara terbuka, tidak basa-basi serta tidak formal.

Semua mahasiswa Madura memiliki derajat yang sama serta tidak ada perlakuan berbeda satu sama lainnya, kecuali dalam urusan agama atau ritual, mereka sangat menghargai kehidupan pribadi orang lain,

dimana mahasiswa Madura dalam aktivitas sosial diperlakukan sama, tidak ada tradisi memerintah, sehingga terjalin proses interaksi yang sangat baik di antara mereka.

Realitas ini dibuktikan dengan keterlibatan semua mahasiswa Madura dalam organisasi-organisasi intra dan ekstra kampus. Interaksi yang terjadi antara mereka menjadi sangat harmonis antara anggota organisasi karena mereka mempunyai latar belakang yang sama. ini terbukti dengan bahasa yang mereka gunakan dalam berkomunikasi, makna yang disampaikan bisa ditangkap dan dipahami oleh yang lainnya.

Dengan demikian, penggunaan bahasa Madura sebagai proses komunikasi dalam berinteraksi antara mahasiswa Madura berjalan dengan baik, karena mereka mempunyai latar belakang dan kebiasaan yang sama.

2. Simbol Verbal Yang Digunakan Dalam Proses Komunikasi

Dalam hal ini simbol komunikasi verbal yang mereka gunakan dalam proses komunikasi di lingkungan Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya adalah bahasa Madura, yakni bahasa dialek Madura yang biasa mereka gunakan sehari-hari dalam berinteraksi dengan sesama mahasiswa Madura. kebiasaan itulah yang membuat mereka merasa bangga dan tidak merasa malu memakai bahasa Madura. Ada istilah-istilah yang biasa mereka gunakan dalam komunikasi. seperti: ketika ketemu dengan temanya, mereka menyapa dengan "*Beremma kabereh, beres.....?*" yang dalam bahasa Indonesia mempunyai arti "*bagaimana kabarnya, baik...?*" dan apabila sudah lama tidak ketemu dan kemudian ketemu

dengan temanya mereka mengucapkan dengan “*De’emma bhei be’na, ma’abid ta’ e katale*” yang berarti “*kemana aja kamu kok lama tidak kelihatan*”. uang mereka sebut dengan “*bese*”. saat melewati jalan sebuah perkampungan dimana di depan atau disamping ada orang yang lebih tua atau yang dihormati sedang duduk-duduk dibawah atau bergerombol/berbincang-bincang mereka akan mngucapkan “*Ghelenun*”, dimana apabila dalam bahasa Indonesia kita kenal dengan kata “*permisi*”, sedangkan dalam bahasa Jawa pada umumnya istilah tersebut lebih kita kenal dengan istilah “*nyuwun sewu.*”. Istilah lain yang berbeda yakni “*ayo’ toju’ ghellu,*” yang artinya menyilahkan masuk orang untuk masuk ke dalam rumah, kemudian mempersilakan duduk yang pada bahasa Jawa secara umumnya adalah kata “*monggo*” atau “*Monggo pinarak.*”

Masih banyak lagi istilah-istilah yang tidak bisa peneliti sebutkan semuanya. Seperti; ketika mereka melakukan kesalahan terhadap orang lain mereka akan meminta maaf dengan menggunakan “*saporanah*” itu berarti pengungkapan maaf, dan waktu mendapatkan pertolongan dari orang lain, mereka akan mengucapkan “*sakalangkong*” yang berarti “*terimah kasih*” dalam bahasa Indonesia.

3. Simbol Nonverbal yang Digunakan Dalam Proses Komunikasi

Sedangkan Simbol Nonverbal yang digunakan dalam proses komunikasi oleh mahasiswa Madura, adalah banyak terdapat dalam ungkapan-ungkapan, seperti; bahwa kalau mata mereka sudah merah itu tandanya marah berat (sangat marah). Maka dari itu, di Madura ada istilah

“katembeng mera mata lebbi begus mera dara ” yang berarti *“dari pada merah mata lebih baik merah darah* itu merupakan ungkapan orang Madura ketika tersinggung kehormatan dan harga dirinya. Ini menunjukkan bahwa orang-orang Madura mayoritas ikatan emosionalnya kuat, dan begitu juga sangat tinggi dalam menghargai orang lain maupun sesama orang Madura. Sehingga ketika ada orang lain yang mengganggu martabat atau kehormatannya, mereka tidak segan-segan bertindak konfrontatif, bahkan sampai pada tindakan menghabisi nyawa, yang bisa terkenal dengan istilah *carok*. ini merupakan salah satu bentuk simbol nonverbal orang-orang Madura.

Salah satu ciri khas orang Madura biasanya tidak suka berdebat atau bertengkar mulut. Ketika mereka mempunyai konflik atau masalah dengan orang lain orang Madura lebih suka cara lelaki yaitu *carok* dengan cara satu lawan satu. Hal ini berbeda dengan kebiasaan orang Jawa yang biasanya menyelesaikan masalahnya dengan cara perkelahian massa atau tawuran.

Akan tetapi dalam hal *carok* sebagai symbol bahwa mereka mempunyai harga diri yang tinggi serta penghormatan yang tinggi terhadap hak milik mereka termasuk juga isteri. maka, jika kehormatan mereka atau harga diri mereka dihina, maka orang Madura tidak segan-segan untuk menantang *carok* terhadap pihak yang menghina. Karena pada prinsipnya orang Madura sering mengungkapkan *“katembheng pote mata, bengo'an pote tolang”* yang artinya ketimbang putih mata,

mendingan putih tulang aja. Ungkapan itu sebetulnya memiliki makna bahwa orang Madura itu lebih memilih mati karena mempertahankan kehormatannya, ketimbang mereka harus hidup dengan menahan rasa malu.

Ungkapan itu sebetulnya sudah menjadi prinsip orang-orang Madura dimanapun mereka hidup. Akan tetapi orang Madura memiliki rasa tanggung jawab dan keberanian tinggi. Serta sangat menghargai kejujuran dan suka memaafkan kesalahan orang, jika orang yang berbuat salah tersebut secara terang-terangan mengakui kesalahannya dan meminta maaf.

Orang Madura walaupun memiliki tradisi carok sebagai symbol harga diri mereka yang tinggi, bukan berarti mereka tidak bisa menyelesaikan masalah secara damai, melalui musyawarah atau pun kesepakatan bersama. Tradisi carok biasanya terjadi pada kasus-kasus yang menyangkut harga diri dan penghinaan yang besar terhadap orang Madura. Akan tetapi jika orang yang menghina tersebut mengakui dan meminta maaf terhadap orang yang dihina, maka carok tidak akan terjadi. dan masalah tersebut bisa diselesaikan secara damai dan tanpa dendam. Akan tetapi kesalahan tersebut tidak boleh diulang lagi. Karena kalau kesalahan yang sama diulang oleh orang yang sama maka, carok tidak bisa dihindarkan lagi. Karena mereka merasa dipermainkan.

Suatu analogi yang biasanya dipakai oleh mahasiswa Madura di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel tentang tradisi carok yang terkenal dipulau Madura, sehingga Madura dikenal dengan watak yang keras dan

sadis, adalah bahwa mereka sering mengatakan Madura berasal dari kata *Madu* dan *Darah*. Yang mana kata-kata *Madu* adalah sebagai symbol dari rasa manis dan kental. Sedangkan darah adalah symbol dari keberanian mereka dalam menjaga dan memperjuangkan kehormatan yang tinggi. Jadi arti Madura atau Madu dan Darah sering dianalogikan bahwa jika orang Madura di halusi mereka bisa lebih halus bahkan bisa lebih manis dari madu, akan tetapi jika mereka dikasari mereka bisa lebih kasar dan bahkan mengeluarkan darah. Hal inilah yang kemudian jadi prinsip orang Madura jika hidup di luar pulau Madura. Mereka bisa lebih baik daripada orang yang baik padanya dan orang Madura bisa lebih jahat ketimbang orang yang jahat pada mereka.

B. KONFIRMASI TEMUAN DENGAN TEORI

Tradisi komunikasi mahasiswa Madura sebagaimana yang ditemukan dalam penelitian ini adalah tradisi komunikasi yang lebih mengarah pada tradisi komunikasi yang lebih terbuka, dimana penyampaian pesan dalam komunikasi dilakukan secara langsung, balak-blakkan, keras dan penuh emosional bahkan dengan nada tinggi. Adanya perbedaan logat atau dialek antara mahasiswa yang berasal dari Sumenep, Pamekasan, Sampang, dan Bangkalan tidak menjadikan proses komunikasi pasif, karena meskipun demikian mereka bisa memahami dan mengerti dialek-dialek maupun logat-logat Madura, dan itu sudah menjadi suatu ciri khas bahasa dan dialek masyarakat daerah Madura. hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Herbert Blummer bahwa esensi dari

teori interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran symbol yang diberi makna. Blummer mengkonseptualisasikan manusia sebagai pencipta atau pembentuk kembali lingkungannya, sebagai perancang dunia obyeknya dalam aliran tindakanya, alih-alih sekedar merespon pengharapan kelompok.

Bahasa Madura sebagaimana bahasa-bahasa lain merupakan identitas yang menunjukkan karakter dan sifat manusianya, salah satu hal yang menonjol yang dapat kami temukan dalam penelitian ini bahwa orang Madura mempunyai karakter sangat keras dan penuh emosional serta membanggakan bahasa sendiri. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Herbert Blummer bahwa manusia dalam pertukaran simbol lebih menekankan pada sisi emosionalitas. Dimana karakter-karakter itu merupakan sebuah bentuk mempromosikan bahasa Madura di kalangan luar mereka, selain itu hal ini dilakukan untuk lebih mengakrabkan diri dengan pergaulan yang juga banyak berdomisili mahasiswa Madura.

Dari temuan di atas maka dapat dikatakan bahwa teradisi komunikasi mahasiswa Madura lebih menonjolkan bahasa verbal yang digunakan dalam berinteraksi dengan sesamanya. Pernyataan-pernyataan verbal bisa berbeda di setiap daerah di Madura. Walaupun perbedaan tersebut tidak terlalu jauh. Tapi masyarakat Madura bisa memahami bahwa orang tersebut dari daerah Bangkalan, sumenep, sampang atau pun Pamekasan hanya dengan mendengarkan logat dan bahasa yang di pakai.

Berikut beberapa contoh perbedaan bahasa Madura sesuai dengan daerah masing-masing, yaitu seperti :

Kata-kata "*Be'na*", untuk daerah Sumenep, "*Be'en*" daerah pamekasan, "*Kake*" untuk daerah Sampang dan "*Hedhe*" untuk daerah Bangkalan, kata-kata tersebut sebetulnya mempunyai arti yang sama yaitu "*Kamu*".

Mahasiswa Madura sebagai komunitas masyarakat, lebih banyak menggunakan bahasa verbal dalam melakukan komunikasi dengan yang lain. hal ini disebabkan karena tradisi komunikasi yang mereka lakukan dalam interaksi sehari-hari adalah tradisi komunikasi yang terkenal keras, terbuka, dan penuh emosional. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Herbert Blummer bahwa manusia dalam pertukaran simbol lebih menekankan pada sisi emosionalitas. Bahasa Madura sebagaimana bahasa-bahasa yang lain merupakan identitas yang menunjukkan karakter dan sifat manusianya. Salah satu hal yang menonjol yang dapat kami temukan dalam penelitian ini bahwa orang Madura mempunyai karakter yang sangat keras, penuh emosional, terbuka, dan suka membanggakan bahasa sendiri.

BAB VI

PENUTUP

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang tradisi komuniaksi mahasiswa Madura di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tradisi komunikasi mahasiswa Madura adalah tradisi komunikasi yang lebih mengarah pada tradisi komunikasi yang lebih terbuka, dimana penyampaian pesan dalam komuniukasi dilakukan secara langsung, balak-blakkan dan penuh emosionalitas bahkan dengan nada tinggi. Adanya perbedaan logat atau dialek antara mahasiswa yang berasal dari sumenep, Pamekasan, sampang, dan Bangkalan tidak menjadikan proses komunikasi pasif, karena miskipun demikian mereka bisa memahami dan mengerti dialek-dialek maupun logat-logat Madura. dan itu sudah menjadi suatu ciri khas bahasa dan dialek masyarakat daerah Madura.

2. Simbol-simbol komunikasi yang digunakan dalam ineteraksi sehari-hari adalah penggunaan bahasa verbal dan bahasa non verbal. akan tetapi dalam berinteraksi mereka lebih banyak menggunakan bahasa verbal dari pada bahasa non verbal. Ini terlihat lebih dominanya penggunaan bahasa- bahasa lisan yang muncul dari pembicaraan yang mereka lakukan.

B. Saran-saran

1. Hendaknya hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi antar budaya.

Serta diharapkan dapat memperkaya kajian budaya mahasiswa Madura khususnya masyarakat Madura. Serta untuk membantu masyarakat demi menghindari kesalahpahaman persepsi dari sebuah pesan yang disampaikan komunikasi yang berbeda budaya atau bahkan sama kita.

2. Sedangkan bagi mahasiswa Madura atau pun masyarakat Madura hendaknya dibuat suatu rumusan bersama untuk pengembangan tradisi masyarakat Madura yang akan datang. Sehingga akan memunculkan tradisi-tradisi masyarakat yang lebih baik.

3. Pemahaman terhadap budaya-budaya yang berbeda akan menambah pengetahuan dan pengalaman serta membuat hubungan atau interaksi sosial dengan orang menjadi lebih baik.

4. Perlunya melestarikan tradisi masyarakat untuk memfungsikannya dalam melakukan interaksi sosial sehari-hari dan juga untuk memperkaya kajian-kajian budaya khususnya komunikasi antar budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bisri, Cik Hasan dan Eva Rufaida, *Model Penelitian Agama dan Dinamika Sosial* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002)
- Berger, Asa Arthur. *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer*, terjemahan oleh M. Dwi Mariyanto, Sunarto, (Jogyakarta, Tiara Wacana Yogja: 2000)
- B.Miles, Matthew dan A Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj Tjejep Rohendi Rohidi, Jakarta, UI Press, 1992
- Bungin, Burhan, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003
- Cangara, Hafied *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada : 1998)
- Cohen, J. Bruce, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Terjemahan, oleh Sahad Simamora, Jakarta: Rineka Cipta, 1992
- Effendy. Onong Uchjana *Ilmu komunikasi teori dan praktek* (Bandung, Remaja Rosda Karya : 2001)
- 2002
- Hasan, M. Iqbal *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Cet. 1 (Jakarta: Ghalia Indonesia : 2002)
- Kuntowijoyo, *Perubahan Sosial dalam Masyarakat Agraris Madura*, Mata Bangsa, 2002
- Liliweri, Alo *Gatra – gatra Komunikasi Antar Budaya* (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2001)
- Lull, James. *Media Komunikasi Dan Ketradisian* (Jakarta, Yayasan Obor Indonesia:1998)
- Marzuki, *Metodologi Riset*. Yogyakarta: BPFE- UII. 1997
- Mulyana, Deddy dkk, *Komunikasi Antar Pribadi* (Bandung, PT. Remaja Rosda Karya:1990)

----- dan Jalaluddin Rahmat, *Komunikasi Antar Budaya* (Bandung, Remaja Rosda Karya :1993)

----- *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung; Remaja Rosda Karya, 2004

Moleong, J. Lexy *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002)

Narbuko, Cholid & Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta, Bumi Akasara :1997)

Nasution, S. *Metode Research*, Edisi 1 (Bandung: Jemmars, 1982)

Nazir, Moh. *Metode Penelitian*, Cet. IV (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999)

Raharjo, Turnomo. *Menghargai Perbedaan Kultural*, Pustaka Pelajar, 2005

Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi* (Bandung, Remaja Rosdakarya : 2004)

Suprayogo, Imam dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*

Suyanto, Bagong. Sutinah. (Ed), *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana. 2005

Uchyana, Onong *Dinamika Komunikasi* (Bandung, PT. Remaja Rosda Karya :1993)

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id