

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Individu sebagai makhluk sosial berkomunikasi dengan individu yang lainnya untuk dapat bersosialisasi dan menjalani serta memenuhi kebutuhannya. Kegiatan komunikasi yang dilakukan individu berlangsung secara sadar ataupun tidak, baik verbal maupun nonverbal. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan komunikator melalui suatu media kepada komunikan yang menghasilkan efek baik dari segi kognisi (pengetahuan), afeksi (rasa), dan psikomotor (tindakan). Tujuan yang dicapai adalah adanya kesamaan makna dari suatu pesan. Komunikator yang baik haruslah dapat pula menghargai harkat dan martabat individu (komunikan) sehingga tidak terjadi kesalah persepsi pesan.

Kegiatan hubungan masyarakat pada hakikatnya adalah kegiatan komunikasi. Berbeda dengan jenis komunikasi lainnya, komunikasi yang dilancarkan oleh hubungan masyarakat mempunyai ciri-ciri tertentu yang disebabkan oleh fungsi hubungan masyarakat, sifat organisasi dimana hubungan masyarakat itu dilakukan, sifat-sifat manusia yang terlibat, dan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhinya (Effendy, 2006:132).

Hubungan masyarakat yang sering disingkat dengan Humas berperan sangat penting dalam proses pencitraan suatu organisasi, badan atau perusahaan. Sehingga efek yang ditimbulkan dapat langsung di rasakan oleh organisasi, badan atau perusahaan tersebut. *Public Relations* atau lebih dikenal dengan istilah hubungan masyarakat ini adalah salah satu bidang spesialisasi dalam ilmu komunikasi yang menitikberatkan pada usaha menumbuhkan saling pengertian dan kerjasama bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa antar pihak publik pada suatu instansi atau perusahaan. Humas merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik organisasi yang bersifat komersil (perusahaan) maupun organisasi non komersil.

Humas adalah kegiatan yang dilakukan dengan sengaja, direncanakan, dan berlangsung secara berkesinambungan untuk membina dan mempertahankan saling pengertian antara suatu organisasi dengan masyarakat, dengan tujuan untuk membina dan mempertahankan saling pengertian. Saling pengertian ini tercipta antara organisasi dengan semua stafnya (*intern*) dan organisasi dengan golongan-golongan masyarakat lainnya yang terlibat (*ekstern*).

Humas berperan dalam menyebarkan informasi atau berita ke ruang lingkup eksternal perusahaan atau publik umum yang harus diberi penerangan atau informasi demi tumbuhnya *good will* (kemauan baik) dari mereka, dan kunci suksesnya suatu komunikasi dalam hal ini kegiatan humas banyak tergantung pada prinsip pelaksanaan komunikasi yang efektif dan sebagaimana telah disebutkan sebelumnya jenis publik, pesan, dan saluran harus diperhatikan demi

terciptanya komunikasi yang efektif dan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya (F.Rachmadi, 1992:13).

Dalam menyebarkan informasi kepada khalayak, humas menggunakan perantara media massa, dalam hal ini media cetak (surat kabar, majalah, bulletin, tabloid) dalam bentuk press release dan berita dan media elektronik/media siaran (televisi, radio), serta media komunikasi tatap muka, dimana kesemua media tersebut amat berperan dalam proses penyampaian informasi dari perusahaan kepada masyarakat (F.Rachmadi, 1992:87).

Fungsi Humas memiliki peran ganda dalam suatu perusahaan yaitu hubungan masyarakat ke dalam (*internal public*) dan hubungan masyarakat ke luar (*eksternal public*). Fungsi humas *internal public* adalah meningkatkan gairah kerja para karyawan, humas harus mampu menyerap aspirasi atau keinginan masyarakat yang diselaraskan dengan kepentingan bagi instansinya dan demi tercapainya tujuan bersama. Sedangkan fungsi humas *eksternal public* adalah berupaya memberikan informasi atau pesan sesuai dengan kebijaksanaan dan tujuan dari lembaga yang bersangkutan terhadap kepentingan masyarakat sebagai khalayak sasarannya.

Pentingnya peranan humas dalam suatu organisasi adalah untuk terciptanya tujuan organisasi dalam menjalankan program kegiatannya, yaitu memberikan informasi yang bersifat terbuka untuk seluruh publik organisasi serta sosialisasi kebijakan organisasi, yang diharapkan akan menciptakan suatu pengertian dan pencapaian tujuan bersama yang diinginkan.

Di Provinsi Lampung ini sendiri banyak sekali tempat untuk wisata salah satunya adalah Kampoeng Wisata Tabek Indah, kecamatan Natar, Lampung Selatan. Kampoeng Wisata Tabek Indah merupakan tempat wisata mengambil tema wisata kampung dengan berbagai wahana didalamnya, bergerak dalam bidang jasa yang kegiatannya adalah melayani masyarakat dalam memberikan fasilitas berlibur ataupun rekreasi. Berlokasi hanya 20 menit dari pusat kota dengan jaraknya hanya 8 km. Karena lokasinya alami dikelilingi pepohonan dan taman sehingga tepat yang ingin meluangkan waktu sambil refreasing dan melakukan berbagai aktifitas ditempat yang telah sediakan. Selain itu juga ditempat ini dapat mengadakan acara kegiatan berdasarkan kebutuhan masing-masing wisatawan seperti acara kegiatan anak-anak sekolah, perusahaan dan lain-lain yang menggunakan jasa serta layanan ditempat ini. Untuk mempromosikan tempat wisata ini manajemen Kampoeng Wisata Tabek Indah menggunakan beberapa media seperti menggunakan iklan di televisi, spanduk, papan baliho, iklan di radio, pamphlet, kartu nama dan lain-lain.

Fungsi humas *internal public* dan *eksternal public* merupakan kegiatan yang menunjang upaya pelaksanaan kegiatan humas dalam meningkatkan wisatawan Kampoeng Wisata Tabek indah. Demi tercapainya tujuan tersebut, maka peranan humas sangat dibutuhkan sebagai penghubung antara pimpinan dan karyawan ataupun pimpinan dengan pelanggan.

Hasil prariset data wisatawan atau pengunjung yang diperoleh dari pihak Kampong Wisata Tabek Indah adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Data Pengunjung Tabek Indah Per-Tahun

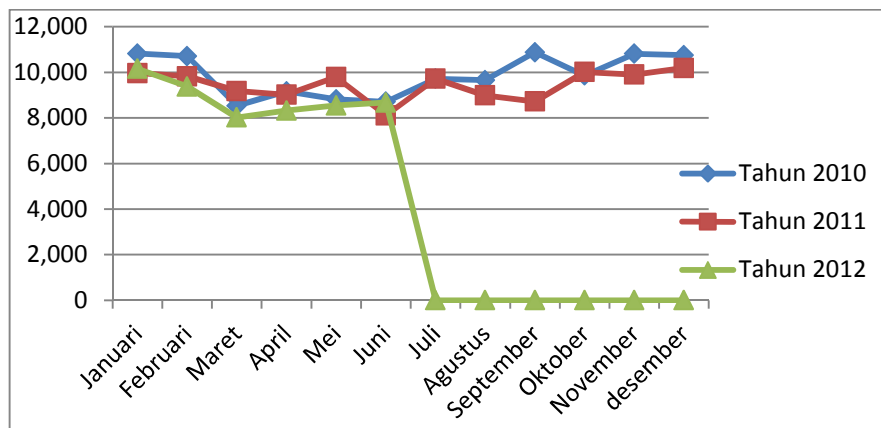
TAHUN	2010	2011	2012
JUMLAH	121.319	113.391	53.073

Ket : Tahun 2012 hanya sampai bulan juni.

Tabel 2. Data Pengunjung Kampong Wisata Tabek Indah Per-Bulan

Bulan	Tahun		
	2010	2011	2012
Januari	10.819	9.960	10.151
Februari	10.710	9.819	9.370
Maret	8.532	9.176	8.015
April	9.165	9.015	8.320
Mei	8.812	9.789	8.543
Juni	8.709	8.112	8.674
Juli	9.718	9.716	-
Agustus	9.651	8.989	-
September	10.876	8.718	-
Oktober	9.854	10.015	-
November	10.812	9.896	-
Desember	10.751	10.186	-
Jumlah	121.319	113.391	53.073

Gambar 1. Grafik Data Pengunjung Kampoeng Wisata Tabek Indah Per-Bulan



]Tabel 2 menunjukkan jumlah pengunjung Kampoeng Wisata Tabek Indah per bulan selama kurang lebih tiga tahun. Berdasarkan pengamatan, data diatas menunjukkan terjadi penurunan pengunjung dari tahun 2010 ke tahun 2011, penurunan jumlah pengunjung yang terjadi cukup besar, yaitu sebanyak 7.928 pengunjung. Namun, jika diamati dari jumlah pengunjung per bulan di tahun 2011, tidak nampak penurunan jumlah pengunjung secara signifikan.

Jika diamati kembali dari tahun 2010-2012, pengunjung taman wisata Kampoeng Tabek Indah setiap bulannya kurang stabil, penurunan pengunjung terbesar terjadi pada bulan maret di tahun 2010 dari 10.710 pengunjung menjadi 8.532. Di tahun 2011, jumlah penurunan pengunjung tidak terjadi secara signifikan, namun di tahun itu juga tidak terjadi lonjakan pengunjung. Sehingga jika dijumlahkan selama satu tahun, tahun 2010 ke 2011 terjadi penurunan. Di tahun 2012, data pengunjung yang didapatkan hanya sampai pertengahan tahun, yaitu bulan Juni. Jumlah pengunjung sampai pertengahan tahun 2012 menunjukkan penurunan kembali dibandingkan dengan 2011-2012. Namun, jika lonjakan pengunjung

terjadi saat menjelang akhir tahun seperti tahun 2010 maka kemungkinan jumlah total pengunjung bisa meningkat.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, lokasi Kampoeng Wisata Tabek Indah berada cukup dekat dari pusat kota. Namun, berdasarkan data tersebut dapat terlihat bahwa tidak adanya keseimbangan jumlah wisatawan yang datang. Hal ini yang menjadi alasan penentuan lokasi penelitian pada Kampoeng Wisata Tabek Indah. Untuk itu humas sangat berperan penting dalam menstabilkan bahkan meningkatkan jumlah wisatawan lokal yang datang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dalam penelitian ini terumuskan rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana peranan humas Kampoeng Wisata Tabek Indah dalam meningkatkan kunjungan wisatawan lokal?
2. Apa saja masalah-masalah yang dihadapi humas Kampoeng Wisata Tabek Indah dalam meningkatkan kunjungan wisatawan lokal?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui peranan humas Kampoeng Wisata Tabek Indah dalam meningkatkan kunjungan wisatawan lokal.
2. Untuk mengetahui masalah-masalah yang dihadapi humas Kampoeng Wisata Tabek Indah dalam meningkatkan kunjungan wisatawan lokal.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih baik sebagai literature maupun referensi bagi mahasiswa lainnya yang tertarik pada penelitian ilmiah yang berhubungan dengan peranan humas pada perusahaan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi humas Kampoeng Wisata Tabek Indah dalam meningkatkan jumlah wisatawan lokal.