

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan guna mempermudah peneliti dalam mendapatkan informasi seputar strategi komunikasi yang baik dan dalam menentukan buku acuan yang tepat. Suatu strategi atau upaya-upaya diperlukan dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Keberhasilan ataupun kegagalan dalam pencapaian suatu tujuan dapat dinilai dari strategi yang digunakan sebelumnya. Maka dari itu, penelitian mengenai strategi banyak kita temui hingga sekarang, terlebih strategi komunikasi karena pada dasarnya manusia senantiasa berkomunikasi.

Aset wisata merupakan identitas yang perlu dilestarikan dan diwariskan agar tidak hilang, terlebih ditengah modernisasi yang membuat kurangnya kepedulian masyarakat tentang lingkungan terutama kekayaan alam yang dimiliki. Penelitian mengenai kebudayaan dan wisata, khususnya upaya pelestarian memang menjadi kajian yang menarik. Menurut Masyhuri dan Zainuddin, (2008:100) seorang peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya.

Beberapa peneliti ternyata tertarik untuk mengulas hal-hal yang berkenaan dengan strategi komunikasi, kebudayaan dan pariwisata yang berwujud pada analisis skripsi. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu tentang strategi komunikasi, kebudayaan dan pariwisata:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Metode	Hasil	Kritik
1.	Strategi Komunikasi Guru Bimbingan Konseling Dalam Menyampaikan Materi Pendidikan Seks	Riskalia Irwan D. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung. 2010	Deskriptif kualitatif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan guru bimbingan konseling dalam menyampaikan materi seks pada anak didiknya. dari strategi yang digunakan, dapat dilihat pula efek yang dihasilkan dari strategi guru tersebut dengan cara melihat efek pada murid-muridnya yang juga menjadi informan kros cek, apakah sampai atau tidak.	Pada penelitian ini, peneliti menjelaskan strategi komunikasi guru-guru bimbingan konseling di SMA Negeri 8 Bandar Lampung. Jadi, dijelaskan apa sajakah strategi yang efektif digunakan untuk menyampaikan materi seks agar tidak terdengar asing ditelinga mereka.
2.	Strategi Komunikasi Pelatih <i>Marching Band</i> dalam membentuk harmonisasi unjuk gelar <i>Marching Band</i> (Studi Pada Pelatih <i>Marching Band</i> Kartika Lokananta SMP Kartika II-2 Bandar Lampung)	Meylin Azizah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi 2011	Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pelatih dengan anak didiknya guna mencapai tujuan harmonisasi unjuk gelar <i>Marching Band</i> melalui symbol symbol yang digunakan dalam pertunjukannya	Pada penelitian ini peneliti kurang mendeskripsikan tentang simbol simbol yang digunakan pelatih dalam melatih <i>Marching Band</i>

No	Judul	Peneliti	Metode	Hasil	Kritik
3.	Starategi Komunikasi Museum Lampung dalam Menarik Minat Pengunjung ( Studi Pada Museum Negeri Provinsi Lampung "Ruwa Jurai)	Putri Pusvita Sari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi 2012	Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dalam pemasaran Museum Lampung yang bertujuan untuk menarik minat pengunjung	Pada penelitian ini, peneliti tidak mencantumkan teori apa yang digunakan sesuai dengan penelitian ini.
4.	Strategi Komunikasi Pada Kelompok Muli Mekhanai Jagabaya I Dalam Melestarikan Seni Budaya Tari	Heni Hedayati Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi 2011	Deskriptif Kualitatif	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Muli Mekhanai Jagabaya I dalam melestarikan seni budaya tari Lampung yaitu dengan mengadakan rapat penentuan strategi secara bersama-sama terlebih dahulu, latihan tari bersama, penayangan video tari dan <i>sharing</i> untuk saling memotivasi dalam melestarikan seni tari dan terakhir evaluasi.	Pada penelitian ini peneliti kurangnya penyajian dalam hal ruang lingkupannya terlalu sempit, kurang mewakili kegiatan pelestarian seni tari Lampung dan juga kurang penjelasan mengenai prestasi dari kelompok tari dalam melestarikan seni tari Lampung.

## 2.2. Strategi Komunikasi

### 2.2.1. Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Arifin (1994:10), strategi komunikasi adalah keseluruhan keputusan kondisi tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Strategi komunikasi merupakan suatu seni atau cara dalam menentukan posisi dan membangun citra organisasi dan juga harus didukung oleh teknik komunikasi yang baik, metode penyampaian dan pemilihan media yang tepat. Strategi

komunikasi juga dapat diterapkan untuk proyek terpisah dalam rencana jangka yang panjang maupun pendek, atau dapat menunjuk ke strategi komunikasi di luar rencana periodik tersebut atau di bawah strategi organisasi yang menyeluruh.

Sebuah kelompok organisasi, merencanakan cara komunikasi sangat penting dan mempunyai banyak manfaat untuk berbagai alasan. Komunikasi menjamin pemanfaatan sumber daya langka secara paling efisien, dapat membantu memprioritaskan tuntutan-tuntutan yang berlawanan, dan memberikan arahan yang jelas yang terkait dengan kegiatan sehari-hari. Lebih lanjut, komunikasi dapat mengidentifikasi mereka yang membawa perubahan dan memberi cara terbaik untuk menghadapi mereka, memungkinkan telaah kegiatan organisasi saat ini dan memberikan tolak ukur untuk mengukur keberhasilan diwaktu yang akan datang. Strategi komunikasi agar berjalan dengan baik, perlu memperhatikan hal-hal seperti berikut:

1. Sasaran

Perlunya mengidentifikasi sasaran siapa dengan siapa yang perlu berkomunikasi untuk mencapai tujuan organisasi.

2. Tujuan

Tujuan adalah kunci sukses strategi komunikasi. Tujuan tersebut harus mampu memastikan bahwa strategi komunikasi yang dikembangkan merupakan tuntutan kebutuhan organisasi, bukan karena adanya kebutuhan atas komunikasi itu sendiri. Kegiatan komunikasi Anda bukan merupakan akhir dari semua kegiatan, tetapi dilakukan demi organisasi dan karena itu harus dikaitkan dengan tujuan organisasi. Menggabungkan tujuan

komunikasi dan tujuan organisasi akan menegaskan pentingnya dan relevansi komunikasi, dan karena itu akan menjadi kasus yang meyakinkan untuk melakukan kegiatan komunikasi dalam organisasi.

3. Pesan

Mencari target yang strategis dan konsisten adalah kunci pesan organisasi.

Ciptakan sesuatu yang komprehensif dan mencakup semua pesan kunci, dan beri tekanan pada unsur-unsur yang berbeda untuk pendengar yang berbeda.

4. Instrumen dan kegiatan

Kenali instrumen dan kegiatan yang sesuai untuk mengkomunikasikan pesan kunci.

5. Evaluasi dan Amandemen

Pertimbangkan melakukan audit komunikasi untuk memperkirakan efektivitas strategi komunikasi dengan pendengar internal maupun external dengan melakukan diskusi internal.

Menurut Liliweri (2011: 240), strategi komunikasi itu:

- a. Strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam rumusan yang baik.
- b. Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.
- c. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik

bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.

- d. Strategi berperan memfasilitasi perubahan perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen.

Jadi dapat ditarik kesimpulan dengan melihat beberapa definisi diatas bahwa strategi komunikasi adalah suatu perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi yang melibatkan komponen- komponen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah di tetapkan sebelumnya.

### **2.2.2. Fungsi dan Tujuan Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi berfungsi sebagai cara agar komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Sedangkan tujuannya ialah untuk (Liliweri, 2011: 248):

1. Memberitahu (*Announcing*)

Strategi bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik perhatian sasaran, yang nantinya akan memunculkan informasi-informasi pendukung lainnya ke permukaan.

2. Memotivasi (*Motivating*)

Seseorang melakukan tindakan dimulai dari motivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan.

3. Mendidik (*Educating*)

Lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan.

#### 4. Menyebarkan Informasi (*Informing*)

Untuk mengefektifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan.

#### 5. Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Strategi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya.

Strategi komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator telah tercapai.

### **2.2.3. Pentingnya Strategi Komunikasi**

Dalam menyampaikan pesan kepada komunikan yang tergolong kompleks, penting untuk menetapkan strategi yang akan digunakan agar komunikasi menjadi efektif. Terdapat tiga esensi utama dari praktik strategi komunikasi yang dikemukakan Liliweri (2011: 249), yaitu:

#### 1. Strategi Implementasi

Tahapan dalam strategi implementasi, antara lain:

- a. Mengidentifikasi visi dan misi. Visi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi dengan mengandung tujuan, harapan dan cita-cita ideal yang selanjutnya dijabarkan oleh misi.

- b. Menentukan program dan kegiatan. Melaksanakan serangkaian aktivitas sesuai dengan penjabaran misi.
- c. Menentukan tujuan. Dari setiap program yang akan dijalankan biasanya mempunyai tujuan yang akan diperoleh sebagai salah satu indikator keberhasilan.
- d. Mengenali *Audiens*. Pada tahap ini, komunikator perlu mengenali terlebih dahulu sasaran komunikasi yang disesuaikan dengan tujuan komunikasi, apakah bersifat informatif (memberikan informasi saja), persuasif (mengajak) dan instruktif (memberikan perintah). Dalam pengenalan sasaran, komunikator perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:
  - a) Pesan yang akan disampaikan disesuaikan dengan pengalaman, pendidikan, status sosial, pola hidup, ideologi dan keinginan sasaran
  - b) Situasi dan kondisi di sekeliling sasaran pada saat pesan akan disampaikan dapat mempengaruhi penerimaan pesan, misalnya suasana sedih, sakit dan situasi lingkungan yang tidak mendukung
- e. Mengembangkan Pesan. Setelah mengenal komunikan, maka perlu untuk mengemas pesan secara tepat, benar dan menarik minat sasaran. Perlu dilakukan pengkajian tujuan pesan. Namun sebelumnya harus dipahami dulu isi pesan yang cocok untuk disampaikan. Satu pesan dapat menggunakan lebih dari satu teknik komunikasi, atau menggunakan satu atau beberapa lambang (misalnya: bahasa, gambar, warna, gerak tubuh, suara, dsb). Pemilihan bahasa atau lambang harus disesuaikan dengan komunikan untuk menghindari bias makna, seperti penggunaan bahasa asing maupun kalimat konotatif dan ambiguitas.

- f. **Identifikasi Komunikator.** Kredibilitas komunikator yaitu kemampuan komunikator dalam menumbuhkan kepercayaan komunikan terhadap pesan. Kepercayaan ini timbul antara lain karena profesi, kedudukan, dan keahlian yang dimiliki komunikator. Kriteria komunikator berkredibilitas yaitu yang memiliki daya nalar tinggi dan memiliki karakter serta moral yang baik. Karena komunikator dengan karakter dan kepribaidian yang kuat, dapat menyampaikan pesan dengan makna yang kuat pula.
- g. **Mekanisme Komunikasi/Media.** Pemilihan media sangat bergantung pada tujuan yang akan dicapai, bentuk pesan yang akan disampaikan dan teknik komunikasi yang akan dipakai. Media ada banyak jenisnya, kita dapat menyesuaikan pesan yang akan disampaikan dengan memperhatikan kelebihan dan kekurangan pada tiap-tiap media. Maka dari itu, tidak menutup kemungkinan apabila dalam menyampaikan sebuah pesan, media yang digunakan lebih dari satu.
- h. **Scan Konteks dan Persaingan.** Perlu adanya perhitungan mengenai resiko dari setiap strategi yang telah ditentukan agar dapat diantisipasi dengan menyediakan solusi dari setiap permasalahan yang diduga akan timbul di depannya.

## 2. Strategi Dukungan

Tahapan dalam strategi dukungan antara lain:

- a. Mengembangkan mitra yang bernilai;
- b. Melatih para pembawa atau penyebar pesan;
- c. Mengembangkan semacam tata aturan bagi kegiatan penyebarluasan informasi kepada audiens;

d. Mengontrol setiap tahapan/jenis kegiatan.

### 3. Strategi Integrasi

Tahapan dalam strategi integrasi antara lain:

- a. Mengintegrasikan komunikasi terutama pada level kepemimpinan;
- b. Melengkapi sumber daya;
- c. Mengintegrasikan komunikasi melalui organisasi;
- d. Melibatkan staf pada semua level untuk memberikan dukungan dan integrasi.

#### **2.2.4. Strategi Komunikasi Efektif**

Strategi komunikasi yang efektif adalah saat tujuan dari komunikasi tercapai.

Untuk mencapai komunikasi yang efektif maka perlu diperhatikan hal-hal berikut (Liliweri, 2011: 256):

1. Inovasi yang adaptif (*adaptive innovation*). Inovasi dilakukan untuk meningkatkan kualitas komunikasi dengan melakukan suatu perubahan.
2. Kesatuan suara (*one voice*). Seluruh kerabat kerja melaksanakan kegiatan dengan satu suara atau satu komando.
3. Sesuaikan waktu (*showtime*). Semua komunikasi digambarkan berada tepat di atas pentas.
4. Strategi mempercepat (*strategic speed*). Berkaitan dengan cara kerja yang cepat dan cerdas.
5. Disiplin berdialog. Pengawasan terhadap ucapan dan presentasi dalam sebuah kegiatan komunikasi.

### **2.3. Tinjauan Organisasi**

Istilah organisasi (dalam Syaiful Rohim, 2009:152) berasal dari bahasa latin *organizare*, yang secara harfiah berarti paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Di antara para ahli ada yang menyebut paduan tersebut dengan sistem, adapula yang menamakannya sarana. Everet M. Rogers (dalam Syaiful Rohim, 2009:152), mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan, dan pembagian tugas. Robbert Bonnington (dalam Syaiful Rohim, 2009:152), mendefinisikan organisasi sebagai sarana di mana manajemen mengkoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang. Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu.

#### **2.4. Definisi Ekowisata**

Pengertian Ekowisata

##### 1. Ekowisata dari segi konsep

Ekowisata merupakan pariwisata bertanggung jawab yang dilakukan pada tempat-tempat alami, serta memberi kontribusi terhadap kelestarian alam dan peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat (TIES – *The International Ecotourism Society*). Menurut Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, Ekowisata merupakan konsep pengembangan pariwisata yang berkelanjutan yang bertujuan untuk mendukung upaya-upaya pelestarian lingkungan (alam dan budaya) dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan, sehingga

memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat daerah pemerintah setempat. Ekowisata memiliki banyak definisi yang seluruhnya berprinsip pada pariwisata yang kegiatannya mengacu pada lima elemen penting yaitu:

- a. Memberikan pengalaman dan pendidikan kepada wisatawan yang dapat meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap daerah tujuan wisata yang dikunjunginya. Pendidikan diberikan melalui pemahaman akan pentingnya pelestarian lingkungan, sedangkan pengalaman diberikan melalui kegiatankegiatan wisata yang kreatif disertai dengan pelayanan yang prima.
- b. Memperkecil dampak negatif yang bisa merusak karakteristik lingkungan dan kebudayaan pada daerah yang dikunjungi.
- c. Mengikutsertakan masyarakat dalam pengelolaan dan pelaksanaannya.
- d. Memberikan keuntungan ekonomi terutama kepada masyarakat lokal, untuk itu, kegiatan ekowisata harus bersifat profit (menguntungkan).
- e. Dapat terus bertahan dan berkelanjutan.

Dalam ekowisata, prinsip tanggung jawab dan menghormati alam dan budaya setempat menjadi sangat penting. Wisatawan harus menyesuaikan diri dengan budaya dan situasi setempat, bukan sebaliknya. Wisatawan juga harus menyadari pentingnya pelestarian lingkungan dan menghormati budaya dari kawasan yang dikunjunginya.

## 2. Ekowisata dari segi pasar

Kata ekowisata selalu mengacu pada bentuk kegiatan wisata yang mendukung pelestarian. Ekowisata semakin berkembang tidak hanya sebagai konsep tapi juga sebagai produk wisata (misalnya: paket wisata). Akhir-akhir ini, paket wisata dengan konsep "eko" atau "hijau" menjadi *trend* di pasar wisata. Konsep "kembali ke alam" cenderung dipilih oleh sebagian besar konsumen yang mulai peduli akan langkah pelestarian dan keinginan untuk berpartisipasi pada daerah tujuan wisata yang dikunjunginya. Akomodasi, atraksi wisata maupun produk wisata lainnya yang menawarkan konsep kembali ke alam semakin diminati oleh pasar.

Namun sebaiknya para penyedia jasa pariwisata, daerah tujuan wisata maupun pemerintah setempat yang ingin berorientasi pada ekowisata harus memiliki kebijakan dan program tersendiri terkait pelestarian lingkungan, budaya setempat dan manfaat kepada masyarakat lokal. Karena pada banyak tempat, produk-produk wisata yang dijual kebanyakan menyematkan kata "eko" atau "kembali ke alam" hanya sebagai label untuk menarik konsumen, namun tidak disertai dengan semangat melestarikan atau melibatkan masyarakat setempat dalam produk wisata tersebut. Produk Ekowisata dalam pasar wisata secara umum bahwa aktivitas ekowisata menjadi bagian dari wisata alam dan memiliki keterkaitan dengan wisata budaya dan rural. Ekowisata bahkan tidak berhubungan langsung dengan pariwisata yang bersifat tantangan/petualangan atau *adventure*. Perbedaannya, pada ekowisata, aktivitas wisatawan lebih berfokus pada pengamatan dan pemahaman mengenai

alam dan budaya pada daerah yang dikunjungi, dengan mendukung kegiatan pelestarian serta lebih mengutamakan fasilitas dan jasa yang disediakan oleh masyarakat setempat.

Pada pariwisata alam, wisatawan hanya sebatas menikmati aktivitasnya pada alam yang dikunjunginya dengan tidak memperhatikan dukungan terhadap pelestarian alam dan budaya serta penggunaan fasilitas dan jasa dari masyarakat setempat. Sedangkan pada pariwisata yang lebih bersifat tantangan/ petualangan (*adventure*), aktivitas yang dilakukan menonjolkan aktivitas fisik yang menantang untuk menunjukkan ego dan kemampuan menaklukkan kondisi tertentu pada alam yang dikunjungi.

#### **2.4.1. Ekowisata di Indonesia**

Tahun 2002 adalah tahun dimana dicanangkannya Tahun Ekowisata dan Pegunungan di Indonesia. Dari berbagai *workshop* dan diskusi yang diselenggarakan pada tahun tersebut di berbagai daerah di Indonesia baik oleh pemerintah pusat maupun daerah, dirumuskan 5 (lima) Prinsip dasar pengembangan ekowisata di Indonesia yaitu:

1. Pelestarian

Prinsip kelestarian pada ekowisata adalah kegiatan ekowisata yang dilakukan tidak menimbulkan kerusakan dan pencemaran lingkungan dan budaya setempat. Salah satu cara menerapkan prinsip ini adalah dengan cara menggunakan sumber daya lokal yang hemat energi dan dikelola oleh masyarakat sekitar. Tak hanya masyarakat, tapi wisatawan juga harus

menghormati dan turut serta dalam pelestarian alam dan budaya pada daerah yang dikunjunginya. Lebih baik lagi apabila pendapatan dari ekowisata dapat digunakan untuk kegiatan pelestarian di tingkat lokal. Misalnya dengan cara sekian persen dari keuntungan dikontribusikan untuk membeli tempat sampah dan membayar orang yang akan mengelola sampah.

## 2. Pendidikan

Kegiatan pariwisata yang dilakukan sebaiknya memberikan unsur pendidikan. Ini bisa dilakukan dengan beberapa cara antara lain dengan memberikan informasi menarik seperti nama dan manfaat tumbuhan dan hewan yang ada di sekitar daerah wisata, dedaunan yang dipergunakan untuk obat atau dalam kehidupan sehari-hari, atau kepercayaan dan adat istiadat masyarakat lokal. Kegiatan pendidikan bagi wisatawan ini akan mendorong upaya pelestarian alam maupun budaya. Kegiatan ini dapat didukung oleh alat bantu seperti brosur, leaflet, buklet atau papan informasi.

## 3. Pariwisata

Pariwisata adalah aktivitas yang mengandung unsur kesenangan dengan berbagai motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu lokasi. Ekowisata juga harus mengandung unsur ini. Oleh karena itu, produk dan jasa pariwisata yang ada di daerah kita juga harus memberikan unsur kesenangan agar layak jual dan diterima oleh pasar.

## 4. Ekonomi

Ekowisata juga membuka peluang ekonomi bagi masyarakat terlebih lagi apabila perjalanan wisata yang dilakukan menggunakan sumber daya lokal seperti transportasi, akomodasi dan jasa pemandu. Ekowisata yang dijalankan harus memberikan pendapatan dan keuntungan (profit) sehingga dapat terus berkelanjutan. Untuk dapat mewujudkan hal itu, yang penting untuk dilakukan adalah memberikan pelayanan dan produk wisata terbaik dan berkualitas. Untuk dapat memberikan pelayanan dan produk wisata yang berkualitas, akan lebih baik apabila pendapatan dari pariwisata tidak hanya digunakan untuk kegiatan pelestarian di tingkat lokal tetapi juga membantu pengembangan pengetahuan masyarakat setempat, misalnya dengan pengembangan kemampuan melalui pelatihan demi meningkatkan jenis usaha/ atraksi yang disajikan di tingkat desa.

#### 5. Partisipasi masyarakat setempat

Partisipasi masyarakat akan timbul, ketika alam/budaya itu memberikan manfaat langsung/tidak langsung bagi masyarakat. Agar bisa memberikan manfaat maka alam/budaya itu harus dikelola dan dijaga. Begitulah hubungan timbal balik antara atraksi wisata pengelolaan manfaat yang diperoleh dari ekowisata dan partisipasi. Partisipasi masyarakat penting bagi suksesnya ekowisata di suatu daerah tujuan wisata. Hal ini bisa dimulai dari diri kita sendiri. Jangan terlalu berharap pemerintah akan melakukan semua hal karena kita juga memiliki peranan yang sama dalam melakukan pembangunan di daerah kita. Partisipasi dalam kegiatan pariwisata akan memberikan manfaat langsung bagi kita, baik untuk pelestarian alam dan ekonomi. Bila kita yang menjaga alam tetap lestari

dan bersih, maka kita sendiri yang akan menikmati kelestarian alam tersebut, bila kita berperan dalam kegiatan pariwisata, maka kita juga yang akan mendapatkan manfaatnya secara ekonomi.

## **2.5. Tinjauan Pemberdayaan Masyarakat**

### **2.5.1. Pengertian Pemberdayaan**

Prijono (dalam Wrihatnolo dan Nugroho 2007:117-118), menjelaskan bahwa istilah pemberdayaan sering kali digunakan dalam konteks kemampuan meningkatkan keadaan ekonomi individu. Selain itu pemberdayaan juga merupakan konsep yang mengandung makna perjuangan bagi mereka yang terlibat dalam perjuangan tersebut. Dengan demikian proses pemberdayaan merupakan tindakan usaha perbaikan atau peningkatan ekonomi, sosial budaya, politik, psikologi baik secara individual maupun kolektif yang berbeda menurut kelompok etnik dan kelas sosial.

Pemberdayaan menurut Parsons (dalam Suharto, 2005:58-59) adalah sebuah proses dan tujuan. Pemberdayaan sebagai sebuah proses adalah dengan mana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam, berbagi pengontrolan atas dan mempengaruhi terhadap, kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Pemberdayaan menekankan bahwa orang yang memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya.

### 2.5.2. Pengertian Masyarakat

Bermacam-macam definisi mengenai masyarakat, tergantung pada sudut pandang masing-masing (dalam Soekanto, 1990:26):

a. Mac Iver dan Page

Masyarakat adalah sebagai suatu sistem dari kebiasaan dan tata cara dari wewenang dan kerjasama antar berbagai kelompok dan penggolongan, dari pengawasan tingkah laku, serta kebebasan manusia. Menurut pengertian ini, masyarakat merupakan suatu sistem sosial dari jalinan hubungan sosial yang berasal dari kebiasaan dan tata cara dari wewenang dan kerjasama antar berbagai kelompok yang selalu berubah.

b. Ralph Linton

Masyarakat merupakan setiap kelompok manusia yang hidup bersama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri sendiri dan menganggap mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batasan-batasan yang telah dirumuskan dengan jelas. Menurut pengertian ini, masyarakat adalah setiap kelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerja sama, relatif mandiri sehingga mereka dapat mengorganisasikan dirinya dan berpikir tentang dirinya sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas tertentu.

c. Selo Soemardjan

Masyarakat adalah orang yang hidup bersama dan menghasilkan kebudayaan. Berdasarkan pengertian ini masyarakat merupakan kumpulan manusia yang hidup bersama-sama dalam waktu yang cukup lama, tinggal di suatu wilayah tertentu, mempunyai kebudayaan dan kepentingan yang

sama serta melakukan sebagian besar kegiatan di dalam kelompok atau kumpulan manusia.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat adalah orang yang hidup bersama yang dapat mengatur diri sendiri, menjadi satu kesatuan sosial dengan batasan yang telah dirumuskan secara jelas.

### **2.5.3. Pemberdayaan Masyarakat**

Kegiatan pemberdayaan masyarakat berarti menciptakan kesempatan bagi masyarakat untuk menentukan kebutuhannya, merencanakan dan melaksanakan kegiatannya, yang akhirnya menciptakan kemandirian permanen dalam kehidupan masyarakat itu sendiri. Pada dasarnya pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk mencapai kesejahteraan sosial, ekonomi, dan budaya. Untuk mencapai tujuan ini diperlukan dukungan kualitas sumber daya manusia (SDM), serta peran kelembagaan sosial dalam kehidupan masyarakat.

Beberapa asas-asas (dalam Kusnadi, 2006:23-24) yang harus dijadikan referensi dalam mengaplikasikan kegiatan pemberdayaan masyarakat yaitu:

- a) Asas kemanusiaan, asas ini menempatkan pemberdayaan sebagai sarana untuk mewujudkan nilai-nilai kemanusiaan dalam rangka memanusiakan manusia.
- b) Asas keadilan, asas ini menempatkan kesejahteraan sosial dan kemakmuran ekonomi yang merata, proporsional, dan adil sebagai tujuan pembangunan dan menjadi sarana mewujudkan kebahagiaan dunia akhirat masyarakat.

- c) Asas demokrasi partisipatif, asas ini menempatkan bahwa kegiatan untuk mencapai tujuan pemberdayaan merupakan proses panjang yang harus menjadi tanggung jawab semua pihak. Demokrasi dalam pemberdayaan merupakan upaya mewujudkan tanggung jawab kolektif dalam mengemban amanat pembangunan.

## **2.6. Tinjauan Lingkungan**

### **2.6.1. Pengertian Lingkungan Hidup**

Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain. Pengelolaan lingkungan hidup adalah upaya terpadu untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup yang meliputi kebijaksanaan penataan, pemanfaatan, pengembangan, pemeliharaan, pemulihan, pengawasan, dan pengendalian lingkungan hidup. (<http://www.dephut.go.id/> diakses pada tanggal 13 Februari 2013)

### **2.6.2. *Mangrove***

Hutan *mangrove* (dalam Ahmad dan Mangampa, 2000:114) adalah kelompok jenis tumbuhan yang tumbuh disepanjang garis pantai tropis sampai sub tropis yang memiliki fungsi istimewa di suatu lingkungan yang mengandung garam dan bentuk lahan berupa pantai dan reaksi tanah aerob. *Mangrove* biasanya berada di daerah muara sungai atau estuarin sehingga merupakan daerah tujuan akhir dari partikel-partikel organik ataupun endapan lumpur yang terbawa dari daerah hulu

akibat adanya erosi. Dengan demikian, daerah *mangrove* merupakan daerah yang subur, baik daratannya maupun perairannya, karena selalu terjadi transportasi nutrien akibat adanya pasang surut.

*Mangrove* mempunyai berbagai fungsi. Fungsi fisiknya yaitu untuk menjaga kondisi pantai agar tetap stabil, melindungi tebing pantai dan tebing sungai, mencegah terjadinya abrasi dan intrusi air laut, serta sebagai perangkap zat pencemar. Fungsi biologis mangrove adalah sebagai habitat benih ikan, udang, dan kepiting untuk hidup dan mencari makan, sebagai sumber keanekaragaman biota akuatik dan nonakuatik seperti burung, ular, kera, kelelawar, dan tanaman anggrek. Fungsi ekonomis mangrove yaitu sebagai sumber bahan bakar (kayu, arang), bahan bangunan (balok, papan), serta bahan tekstil, makanan, dan obat-obatan. Mangrove mengangkut nutrien dan detritus ke perairan pantai sehingga produksi primer perairan di sekitar mangrove cukup tinggi dan penting bagi kesuburan perairan. Karena keberadaan mangrove sangat penting maka mangrove harus dijaga kelestariannya.

### **2.6.3. Kerusakan Lingkungan**

Menurut Philip Kristanto (dalam Rachmad, 2012:69) sebenarnya jika sumber daya alam dimanfaatkan kalau hanya mengikuti kebutuhan masing-masing secara individu, ia akan memiliki kemampuan meregenerasi dengan sendirinya. Hanya yang terjadi penggunaan sumber daya alam tidak memperhatikan daya dukung lingkungan, akibatnya lingkungan rusak dimana-mana dan besar kemungkinan tidak terselamatkan. Persoalan ini logis terjadi. Jumlah populasi manusia yang

meningkat, jelas akan diikuti meningkatnya konsumsi atas sumber daya alam (SDA). Agar batas daya dukung tidak terlampaui, maka diupayakan agar laju konsumsi sumber daya dan pencemaran menurun relatif terhadap kenaikan kualitas lingkungan hidup.

Rusaknya lingkungan air, berbentuk pencemaran di sungai-sungai, laut dan menurunnya kadar air di muka bumi sebagai akibat terlalu seringnya dieksploitasi. Rusaknya lingkungan juga bisa dilihat dari keadaan udara, seperti munculnya beragam polusi atau pencemaran udara, baik itu dihasilkan oleh industri-industri maupun emisi kendaraan bermotor. Sementara itu, rusaknya tanah-tanah tidak terlepas dari adanya lahan-lahan kritis akibat penggundulan hutan yang tidak memerhatikan aturan (*illegal logging*) dan rusaknya kadar produktif tanah sebab dieksploitasi secara terus-menerus.

Industri muncul demi memenuhi kebutuhan manusia. Selain menghasilkan maksimalisasi cara berpikir, industri juga mendatangkan keuntungan materiil bagi siapapun yang berhasil menggerakkan dan memanfaatkannya. Tetapi, sesuatu yang tidak bisa dihindari kalau industri juga menghasilkan dampak yang merugikan bagi alam, lingkungan, dan tentunya juga habitat manusia.

Seperti contoh, hutan-hutan *mangrove* dibabat habis demi ambisi membangun perumahan mewah, pusat industri dan pusat-pusat ekonomi. Akibatnya habitat-habitat yang seharusnya diperuntukan bagi spesies (biota) laut semakin sempit. Padahal, spesies-spesies yang hidup di udara dan darat amat bergantung pada

keberadaan hutan *mangrove* ini. Akibatnya, spesies-spesies tersebut mencari habitat baru yang menambah persoalan manusia.

Pramudya Sunu (dalam Rachmad, 2012:31) menyatakan bahwa terdapat dua jenis bencana akibat rusaknya daya dukung lingkungan, yaitu:

1. Kerusakan karena faktor internal

Kerusakan yang terjadi dari alam sendiri. Bagi masyarakat kerusakan ini sukar dihindari sebab merupakan bagian dari proses alam. Tidak sedikit kejadiannya dalam waktu singkat, tetapi dampak, atau akibat yang diterima dalam waktu lama. Oleh karena itu yang bisa dilakukan adalah menyiapkan diri atau mempersiapkan manajemen bencana guna meminimalkan banyaknya korban.

2. Kerusakan karena faktor eksternal

Kerusakan yang terjadi berasal dari perilaku manusia. Terutama beralasan demi meningkatkan kualitas dan kenyamanan hidup. Kerusakan daya dukung sebagai akibat dari kegiatan-kegiatan, seperti: industrialisasi, penggunaan bahan bakar fosil dan limbah rumah tangga yang dibuang di sungai-sungai.

## **2.7. Tinjauan Tentang Pola Komunikasi**

Denis Mc. Quail (dalam Djuarsa, 1993: 39) menyatakan bahwa secara umum pola komunikasi terbagi menjadi enam tingkatan yaitu sebagai berikut:

1. *Intrapersonal Communication* yaitu proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang, berupa proses pengolahan informasi, melalui panca indera

dan sistem syaraf misalnya berfikir, merenung, mengingat-ingat sesuatu, menulis surat dan menggambar.

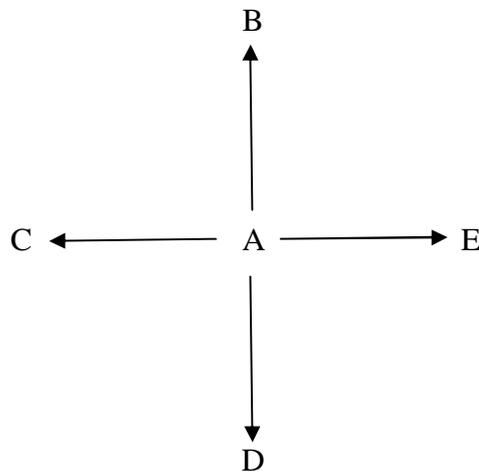
2. *Interpersonal Communication* yaitu komunikasi yang dilakukan secara langsung antara seseorang dengan orang lain, misalkan percakapan tatap muka di antara dua orang, surat menyurat pribadi, dan percakapan melalui telepon. Corak komunikasi juga lebih bersifat pribadi, dalam arti pesan atau informasi yang disampaikan hanya ditujukan untuk kepentingan pribadi para pelaku komunikasi yang terlibat.
3. Komunikasi dalam kelompok yaitu kegiatan komunikasi yang berlangsung antara dua kelompok, pada tingkatan ini setiap individu masing-masing berkomunikasi sesuai dengan pesan dan kedudukannya dalam kelompok bukan bersifat pribadi.
4. Komunikasi antar kelompok atau asosiasi yaitu kegiatan komunikasi yang berlangsung antara suatu kelompok dengan kelompok dengan kelompok lainnya atau suatu asosiasi dengan asosiasi lainnya. Jumlah pelaku yang terlibat dalam komunikasi jenis ini boleh jadi hanya dua atau beberapa orang saja, tetapi masing-masing membawa pesan dan kedudukannya sebagai wakil dari kelompoknya masing-masing.
5. Komunikasi organisasi adalah mencakup kegiatan organisasi dan komunikasi antar-organisasi. Sifat pola komunikasi ini lebih formal dan mengutamakan prinsip-prinsip efisiensi dalam melaksanakan kegiatan komunikasinya.
6. Komunikasi dengan masyarakat luas dimana pada tingkat komunikasi ini komunikasi ditujukan pada masyarakat luas.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002: 885), pola adalah suatu sistem kerja atau cara kerja sesuatu, sedangkan dalam Kamus Ilmiah Populer, pola mengandung arti model, contoh, pedoman, dasar kerja (dalam Farida Hamid 2003: 497). Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa pola adalah dasar kerja atau cara kerja yang terdiri dari unsur-unsur terhadap suatu gejala arah perilaku dan dapat dipakai untuk menggambarkan atau mendeskripsikan gejala arah dan perilaku itu sendiri.

Menurut Widjaja (2000: 102-103) pola komunikasi dibagi menjadi empat model, yaitu:

#### 1. Pola komunikasi roda

Pola komunikasi roda menjelaskan pola komunikasi satu orang kepada orang banyak, yaitu (A) berkomunikasi kepada (B), (C), (D), dan (E).



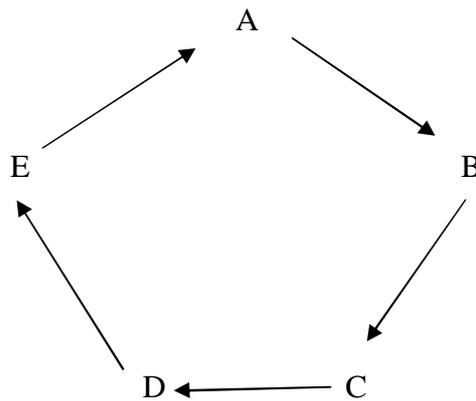
#### 2. Pola Komunikasi Rantai

Pola komunikasi ini, seseorang (A) berkomunikasi dengan orang lain (B) seterusnya ke (C), (D), dan ke (E).



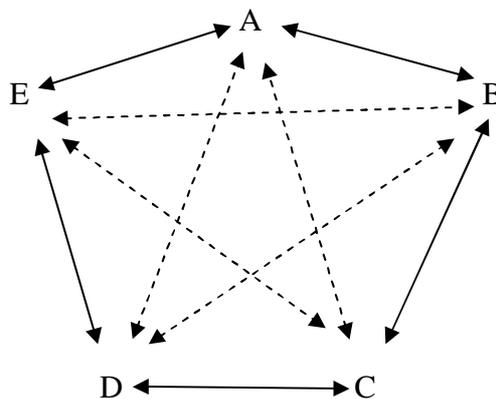
### 3. Pola Komunikasi Lingkaran

Pola komunikasi lingkaran ini hampir sama dengan pola komunikasi rantai, namun orang terakhir (E) berkomunikasi kembali pada orang pertama (A).



### 4. Pola Komunikasi Bintang

Pada komunikasi bintang ini, semua anggota saling berkomunikasi satu sama lainnya.



Pola Komunikasi yang dimaksud disini adalah gambaran tentang bentuk atau cara yang digunakan seseorang atau sekelompok orang dalam menyampaikan pesan

baik secara langsung maupun melalui media dalam konteks hubungan dan interaksi yang berlangsung dalam masyarakat.

## **2.8. Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi (dalam Syaiful Rohim, 2009: 18) didefinisikan oleh A. Devito yaitu proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika. Sedangkan menurut Deddy Mulyana, komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal.

Komunikasi antarpribadi didefinisikan oleh Joseph (dalam Effendy, 2004 : 59) sebagai proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan umpan balik seketika. Asumsi dasar komunikasi antarpribadi adalah bahwa setiap orang yang berkomunikasi akan membuat prediksi pada data psikologis tentang efek atau perilaku komunikasinya, yaitu bagaimana pihak yang menerima pesan memberikan reaksinya. Jika menurut persepsi komunikator reaksi komunikan menyenangkan maka ia akan merasa bahwa komunikasinya telah berhasil.

Menurut sifatnya, komunikasi antarpribadi dapat dibedakan atas dua macam, yakni Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*) dan Komunikasi Kelompok Kecil (*Small Group Communication*). Komunikasi Diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang dalam situasi tatap muka.

Komunikasi diadik dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog dan wawancara. Percakapan dilakukan dalam suasana yang bersahabat dan informal. Dialog berlangsung dalam situasi yang lebih intim, lebih dalam dan lebih personal. Sedangkan wawancara sifatnya lebih serius, yakni adanya pihak yang dominan pada posisi bertanya dan yang lainnya pada posisi menjawab.

## **2.9. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi**

Terdapat beberapa persepsi mengenai komunikasi organisasi (dalam Arni Muhammad, 2005: 65), antara lain:

### **1. Persepsi Redding dan Sanborn**

Redding dan Sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan menulis dan komunikasi evaluasi program.

### **2. Persepsi Katz dan Kahn**

Katz dan Kahn mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti didalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Kahn organisasi adalah sebagai suatu system terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi

ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan.

## 2.10. Tinjauan Tentang Jaringan Komunikasi

Dalam sebuah jaringan komunikasi yang terdapat dalam sekelompok orang-orang, terdapat tujuh peranan (Pace&Faules, 2005:176), yaitu:

1. Klik, sebuah kelompok individu yang paling sedikit separuh dari kontakannya merupakan hubungan dengan anggota-anggota lainnya. Sebuah klik juga merupakan sebuah subsistem dimana elemen-elemen yang ada di dalamnya berkomunikasi lebih sering dengan anggota lain dari sebuah sistem komunikasi. Cara yang paling mudah untuk mengidentifikasi sebuah klik adalah dengan melihat kedekatan (*proximity*) dari masing-masing anggota satu dengan yang lain dalam sebuah komunikasi.
2. Penyendiri (*isolate*), adalah orang-orang yang hanya melakukan sedikit atau tidak sama sekali dengan anggota kelompok lainnya. Tentu saja pada akhirnya, seorang *isolate* oleh karena tidak memiliki komunikasi dengan siapa pun (sangat sedikit komunikasi) mengakibatkan dia bukan merupakan anggota dari klik mana pun yang ada dalam jaringan komunikasi dalam sebuah kelompok.
3. Jembatan (*bridge*), adalah seorang anggota klik yang memiliki sejumlah kontak yang menonjol dalam kontak antar kelompok, juga menjalin kontak dengan anggota klik lain. Bridge sangat penting untuk terjadinya aliran dari informasi baru. Jika bridge tidak ada dalam dua buah atau lebih klik, maka yang terjadi adalah jaringan yang akan terpecah menjadi dua atau

lebih klik yang tidak memiliki kaitan/hubungan satu dengan yang lain. Pada umumnya individu yang berperan sebagai *bridge* ini memiliki kualitas yang hampir sama dengan kualitas yang dimiliki oleh kosmopolit, yaitu orang yang termasuk mudah untuk bergaul dengan siapa saja, sehingga memungkinkannya untuk berkomunikasi dengan anggota dari klik lainnya.

4. Penghubung (*liaison*), adalah orang yang mengaitkan atau menghubungkan dua klik atau lebih tetapi ia bukan anggota salah satu kelompok yang dihubungkan tersebut.
5. Penjaga gawang (*gate keeper*), adalah orang yang secara strategis ditempatkan dalam jaringan agar dapat melakukan pengendalian atas pesan apa yang akan disebarkan melalui sistem tersebut. Dalam hal ini seorang *gate keeper* bertugas untuk menyeleksi informasi yang masuk ke dalam sebuah klik, untuk kemudian disebarkan ke seluruh anggota klik yang lain.
6. Pemimpin pendapat (*opinion leader*), adalah orang tanpa jabatan formal dalam semua sistem sosial, yang membimbing pendapat dan mempengaruhi orang-orang dalam keputusan mereka. Pada umumnya *opinion leader* adalah individu yang menjadi pusat informasi/komentar dari setiap anggota. Karena pemuka pendapat (*opinion leader*) bebas berkomunikasi dengan siapa saja dari anggota klik tersebut. *Opinion Leadership* (kemuka pendapat) adalah tingkatan dimana seseorang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain secara informal.

7. Kosmopolit, adalah orang yang menjadi milik seluruh dunia atau orang yang bebas dari gagasan, prasangka, atau kecintaan lokal, daerah, atau nasional, dan orang yang melakukan kontak dengan dunia luar, orang-orang di luar organisasi. Atau dengan kata lain individu yang tidak merupakan anggota dari klik manapun dalam sebuah jaringan komunikasi, namun berkomunikasi dengan hampir semua klik yang ada.

### **2.11. Landasan Teori**

Terdapat beberapa teori dan pandangan para ahli yang mendukung dan relevan dengan penelitian mengenai strategi komunikasi Yayasan Cikal dalam pelestarian ekowisata di Teluk Kiluan. Teori tersebut antara lain:

1. Teori Jaringan dalam komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi menurut Wiryanto (2005) dalam Syiful Rohim (2009: 152) adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Jaringan atau *network* merupakan susunan sosial yang diciptakan oleh komunikasi antarindividu dan kelompok. Jaringan dapat dikatakan sebagai sebuah sistem. Dimana elemen-elemen di dalamnya saling berhubungan satu sama lain. Organisasi (dalam Muhammad, 1992: 71) adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu, di antara orang-orang tersebut terjadi pertukaran komunikasi. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang dinamakan jaringan komunikasi.

Teori tentang jaringan komunikasi (dalam Muhammad, 1992: 102) ini menjelaskan bahwa peranan individu dalam sistem komunikasi ditentukan

oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu lainnya dalam organisasi. Hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dalam jaringan komunikasi. Interaksi yang terjadi antara Yayasan Cikal terhadap masyarakat di sekitar Teluk Kiluan dapat diukur pula dengan menggunakan landasan teori jaringan ini dengan mengidentifikasi interaksi antarindividu oleh ketua kelompok masyarakat (tokoh masyarakat) dalam penyebaran informasi mengenai pesan yang disampaikan oleh Yayasan Cikal.

## 2. Teori Kredibilitas dalam Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal disebut juga komunikasi antar pribadi. Komunikasi ini terjadi antara seseorang dengan orang lain. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang paling ampuh dalam upaya mengubah sikap, opini, atau perilaku seseorang. Komunikasi interpersonal dalam suatu organisasi dipergunakan untuk memersuasi orang-orang tertentu yang punya pengaruh, punya lembaga atau punya banyak pengikut. Untuk memersuasi diperlukan komunikator dengan kredibilitas yang baik. Menurut James Mc-Croskey (dalam Syaiful Rohim, 2009:74), menjelaskan bahwa kredibilitas seorang komunikator dapat bersumber dari kompetensi (*competence*), sikap (*character*), tujuan (*intention*), kepribadian (*personality*) dan dinamika (*dynamic*). Kompetensi adalah penguasaan yang dimiliki oleh seorang komunikator pada masalah yang dibahasnya. Sikap menunjukkan pribadi komunikator, apakah ia tegar atau toleran dalam sebuah prinsip. Tujuan menunjukkan apakah hal-hal yang disampaikan seorang komunikator punya maksud baik atau tidak.

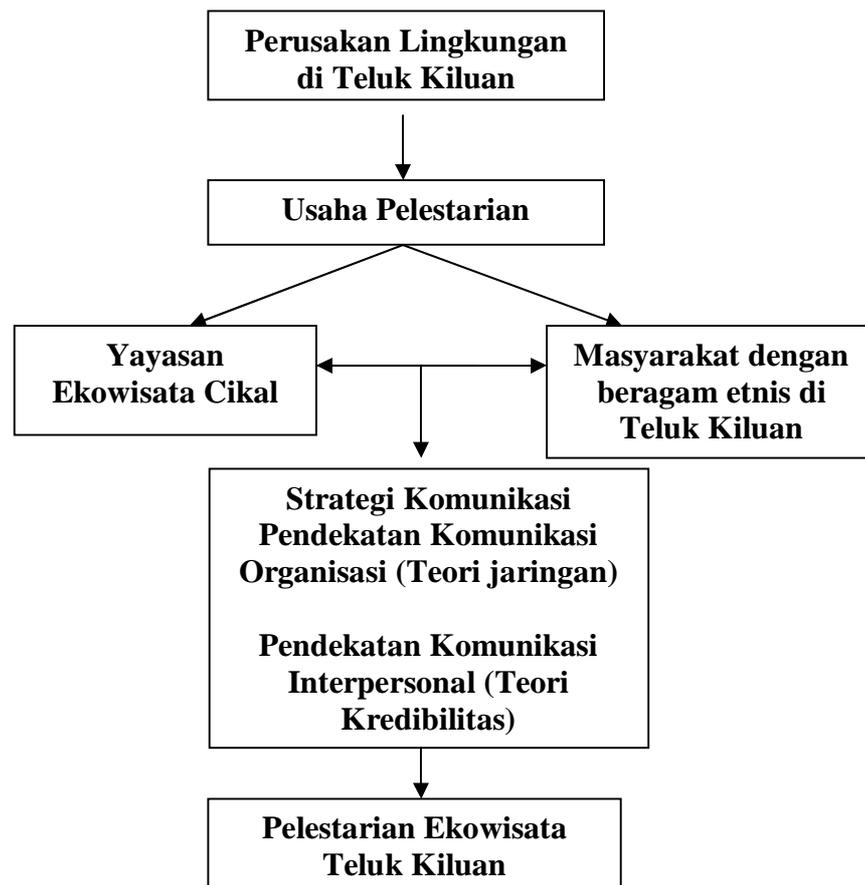
Kepribadian menunjukkan apakah pembicara memiliki pribadi yang hangat dan bersahabat. Sedangkan dinamika apakah hal yang disampaikan itu menarik atau sebaliknya justru membosankan komunikan. Berdasarkan teori ini Yayasan Cikal dengan pelestarian ekowisatanya dalam perberdayaan masyarakat sekitar Teluk Kiluan, komunikator memiliki kredibilitas agar mempermudah persusi masyarakat untuk ikut bergabung dalam pelestarian ekowisata di Teluk Kiluan.

### **2.12. Kerangka Pemikiran**

Strategi komunikasi adalah suatu cara, taktik ataupun teknik secara menyeluruh yang merupakan rangkaian tindakan yang dilakukan Yayasan Cikal dalam pelestarian ekowisata Teluk Kiluan. Potensi alam harus tetap dijaga dan dilestarian oleh masyarakat sekitar agar dapat bermanfaat bagi kesejahteraan. Hal tersebut menjadi dasar masalah penelitian ini. Strategi komunikasi digunakan untuk membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian di Teluk Kiluan.

Strategi Komunikasi yang diterapkan oleh Yayasan Cikal yang menggunakan proses komunikasi yang terdiri dari cara, tindakan, penerapan berbagai bentuk komunikasi organisasi dan komunikasi interpersonal. Strategi komunikasi yang digunakan Yayasan Cikal yaitu menggunakan metode yang berisikan pesan komunikasi yang juga terdapat fungsi komunikasi organisasi yang terdiri dari fungsi informatif, fungsi pengendali dan fungsi persuasif didalamnya. Dari metode-metode tersebut, Cikal mendapatkan cara apa yang akan dilakukan dan

bagaimana cara pembentukan perencanaan strategi komunikasi yang baik dan benar sehingga yaitu melalui pesan-pesan komunikasi yang disampaikan oleh Cikal kepada masyarakat mengenai ekowisata menggunakan teori jaringan dan teori kredibilitas.



Bagan 1. Kerangka Pikir