

STUDI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DUTA WISATA MANUNTUNG PERIODE 2016 – 2017 DALAM MEMPROMOSIKAN WISATA HUTAN MANGROVE MARGOMULYO DI KOTA BALIKPAPAN

Febia Faradina¹,

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan komunikasi interpersonal duta wisata manuntung periode 2016 - 2017 dalam mempromosikan wisata hutan mangrove margomulyo di Kota Balikpapan.

Jenis penelitian yang peneliti lakukan dalam penyusunan skripsi ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif (qualitative research). Penelitian difokuskan pada lima sikap positif yang mendukung komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan, empati, sikap positif, sikap mendukung, dan kesetaraan. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis (Interaktive model of analysis) dikembangkan oleh Matthew B. Miles, A. Michael Huberman dan Johnny Saldana (2014).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari lima sikap positif komunikasi interpersonal yaitu keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness), kesetaraan (equality) analisis komunikasi interpersonal untuk menyelidiki komunikasi yang sebenarnya antara duta wisata manuntung dengan wisatawan yang merupakan interaksi face to face antara dua individu atau lebih untuk saling menukar informasi dan saling mempengaruhi tingkah laku yang dapat menimbulkan umpan balik secara langsung demi menunjang suatu tujuan. Komunikasi interpersonal yang telah dilakukan oleh duta wisata manuntung selama ini dalam mempromosikan hutan mangrove margomulyo sudah cukup efektif namun harus terus dibenahi.

Kata kunci : *Studi Komunikasi Interpersonal, Promosi Wisata*

Pendahuluan

Kota Balikpapan terletak diantara Satu derajat Lintang Selatan sampai Satu koma Lima derajat Lintang Selatan (1°LS - 1,5°LS) dan Seratus Enam Belas koma Lima derajat Bujur Timur sampai Seratus Tujuh Belas derajat Bujur Timur (116,5°BT - 117°BT). Kota ini berbatasan dengan Kota Samainda, Kabupaten Kutai Kartanegara, Selat Makasar dan Kabupaten Pasir. Dilihat dari letak

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: rhendezvouz@gmail.com

² Dosen Pembimbing I Dan Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Dosen Pembimbing II Dan Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

geografisnya kota ini merupakan kota yang dikelilingi oleh lautan disepanjang pesisirnya. Kota Balikpapan atau yang sering disebut sebagai “Kota Minyak” adalah sebuah kota yang dikenal dunia karena hutan tropisnya, dan menjadikan kota ini kota industri yang berwawasan lingkungan. Hal ini tercermin dengan tercatatnya Kota Balikpapan sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia yang kurang lebih lima puluh dua persen (52%) dari luasnya merupakan wilayah hijau, konservasi, preservasi dan hutan lindung,

Komunikasi interpersonal atau lebih dikenal dengan komunikasi antar pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan - pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang - orang dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika, Joseph A. Devito (dalam Fajar 2009:78). Komunikasi interpersonal memiliki strategi dan cara - cara khusus yang digunakan untuk membuat komunikasi yang dilakukan menjadi berhasil sesuai dengan apa yang diinginkan. Dalam menjalankan tugasnya untuk mempromosikan wisata hutan mangrove margomulyo duta wisata manuntung tanpa disadari juga akan menggunakan komunikasi interpersonal untuk kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan, agar kegiatan interaksi pada saat melakukan kegiatan promosi dapat berjalan dengan lancar, tepat pada sasaran dan mendapatkan respon atau feedback yang diinginkan. Dalam hal ini duta wisata manuntung diharapkan memiliki cara berkomunikasi dan berinteraksi yang baik agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke hutan mangrove margomulyo dan kegiatan promosi wisata yang dilakukan dapat berhasil. Pada saat ini kegiatan promosi yang menunjang duta wisata menggunakan komunikasi interpersonal dalam menjalankan tugas salah satunya terdapat pada kegiatan Jelajah Balikpapan, kegiatan ini menjadi wadah duta wisata manuntung untuk memperkenalkan wisata Kota Balikpapan termasuk hutan mangrove margomulyo yang di laksanakan setiap bulannya, dalam kegiatan ini duta wisata manuntung di tugaskan untuk mendatangi tempat - tempat wisata yang berada di Kota Balikpapan secara bergantian dan berinteraksi langsung dengan wisatawan. Kegiatan ini menjadi ajang duta wisata manuntung untuk bersosialisasi dan lebih dekat dengan wisatawan untuk mendapatkan feedback yang diharapkan, wisatawan yang terlibat di dalam kegiatan ini tidak dibatasi dalam segi usia, dengan kegiatan ini diharapkan wisatawan dapat menjadi penyambung informasi ke lebih banyak orang tentang pengalamannya berkunjung ke tempat wisata melalui pengalamannya dalam kegiatan Jelajah Balikpapan yang dipandu oleh Duta Wisata Manuntung.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana komunikasi interpersonal duta pariwisata manuntung dalam mempromosikan wisata hutan mangrove margomulyo di kota Balikpapan dalam bentuk proposal skripsi yang berjudul :

“Studi Komunikasi Interpersonal Duta Wisata Manuntung Periode 2016 - 2017 dalam Mempromosikan Wisata Hutan Mangrove Margomulyo di Kota Balikpapan”.

Teori Dasar

Teori Analisis Transaksional

Teori analisis Transaksional adalah teori yang penulis gunakan sebagai pisau analisis dalam mengkaji Komunikasi Interpersonal Duta Pariwisata Manuntung Periode 2016 - 2017 dalam Mempromosikan Wisata Hutan Mangrove Margomulyo di Kota Balikpapan. Teori ini diperkenalkan oleh Eric Berne, seorang psikiater Amerika dalam bukunya yang berjudul *Games People Play*.

Kata transaksi selalu mengacu pada proses pertukaran dalam suatu hubungan. Transaksi selalu ada dalam proses komunikasi antarpersonal, yang dipertukarkan adalah pesan - pesan baik verbal maupun nonverbal, Santoso dan Setiansah (2009:36). Analisis transaksional sebenarnya bertujuan untuk mengkaji secara mendalam proses transaksi, seperti siapa - siapa yang terlibat didalamnya dan pesan apa yang dipertukarkan.

Komunikasi

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari satu sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Definisi ini kemudian dikembangkan sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk dan melakukan pertukaran informasi dengan satu dengan lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam, Everett M. Rogers yang dikutip oleh Cangara (2010:20).

Definisi - definisi yang dikemukakan diatas tentunya belum mewakili semua definisi komunikasi yang telah dibuat oleh banyak pakar, namun sedikit banyaknya kita telah mendapat gambaran bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi, hal ini seperti yang diungkapkan oleh Shannon dan Weaver (1949) (dalam Cangara 2010: 20).

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal atau yang lebih dikenal dengan komunikasi antar pribadi sebagai salah satu jenis dalam komunikasi juga memiliki pengertian tersendiri, komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi adalah salah satu bentuk komunikasi pada manusia yang terjadi ketika kita berinteraksi secara stimulan dengan orang lain dan secara menguntungkan mempengaruhi orang lain. Interaksi secara stimulan berarti bahwa mitra komunikasi tersebut adalah keduanya bertindak berdasarkan beberapa informasi pada waktu yang sama. Pengaruh yang menguntungkan berarti bahwa kedua mitra dipengaruhi oleh interaksi ini mempengaruhi pemikiran mereka, perasaan mereka, dan cara mereka menginterpretasikan informasi yang mereka pertukarkan, Steven A. Bebbe (1996) (dalam Rahmah 2014 : 11). Komunikasi interpersonal menurut Steven ini menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi berada pada situasi

langsung baik saling bertatap muka atau tidak antara kedua belah pihak, hal ini dibuktikan dengan keterangan pada waktu yang sama.

Komunikasi Interpersonal yang Efektif

Dalam berkomunikasi yang menjadi tujuan akhirnya adalah untuk mendapatkan pengertian yang sama serta umpan balik. Hal tersebut tidak akan tercapai apabila komunikasi yang dilakukan tidak berlangsung secara efektif. Oleh karena itu, kita perlu mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal yang efektif. Komunikasi antar pribadi dikatakan efektif apabila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan (Rahmah 2014 : 18). Ketika salah satu pihak merasa senang dan mau melakukan sesuatu secara sukarela setelah mendengarkan pesan - pesan yang disampaikan oleh pihak lain.

Promosi

Promosi adalah suatu usaha dari pemasar dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya. Pengaruh promosi terhadap kualitas produk baru menyimpulkan kepercayaan dan penilaian konsumen terhadap kualitas dapat dibangun dengan membina hubungan erat antara produsen dengan konsumen melalui pendekatan strategi promosi yang tepat. Promosi dapat diukur melalui daya tarik promosi, jangkauan promosi, frekuensi promosi dan efektifitas promosi. Promosi menyebabkan konsumen lebih sensitif terhadap harga dan signal, promosi berpengaruh positif pada perilaku konsumen dalam pemilihan suatu produk. (Craven, Davids W. 1995 : 68).

Pariwisata

Pada hahikatnya berwisata adalah suatu proses kegiatan berpergian sementara seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman atau untuk belajar. Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal seseorang diluar tempat tinggalnya karna suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan anatara lain untuk mendapat kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olahraga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan dan keperluan usaha yang lain, (Suwantoro, 1997 : 35).

Duta Wisata

Pengertian duta wisata menurut Satriawan (2013 : 39) duta wisata adalah ikon atau figur pariwisata yang terpilih setelah melewati serangkaian proses seleksi yang dikemas dalam bentuk pemilihan yang diikuti oleh generasi muda atau remaja. Duta wisata merupakan perpanjangan tangan pemerintah dalam

upaya memperkenalkan potensi pariwisata dengan tujuan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal maupun asing, pemilihan rutin dilakukan setiap tahunnya dengan persyaratan tertentu.

Pengertian Duta Wisata Manuntung

Setiap daerah di Indonesia memiliki ciri khas masing - masing dalam memberikan nama atau sebutan untuk duta wisata di daerahnya, seperti Kota Balikpapan yang menyebutkan duta wisata dengan nama “Duta Wisata Manuntung”. Putra - putri manuntung atau yang sekarang lebih dikenal dengan sebutan duta wisata manuntung adalah remaja berusia 16 hingga 25 tahun yang merupakan pemenang Pemilihan Duta Wisata yang diikuti oleh para generasi muda di Kota Balikpapan. Nama “Manuntung” sendiri diambil dari kalimat yang terletak pada lambang Kota Balikpapan yang memiliki makna tabah sampai akhir, atau yang didalam slogan kota Balikpapan berbunyi “Gawi Manuntung Waja Sampai Kaputing” yang memiliki makna apabila memulai pekerjaan harus sampai selesai pelaksanaannya. Nama manuntung merupakan nama dan ciri khas dari Kota Balikpapan sehingga disandingkan setelah penyebutan untuk duta wista Kota Balikpapan.

Hutan Mangrove Margomulyo

Menurut Nybakken (1992 : 25) hutan mangrove adalah sebutan umum yang digunakan untuk menggambarkan suatu varietas komunitas pantai tropik yang didominasi oleh beberapa spesies pohon - pohon yang khas atau semak - semak yang mempunyai kemampuan untuk tumbuh dalam perairan asin. Hutan mangrove meliputi pohon - pohon dan semak yang tergolong ke dalam 8 famili, dan terdiri atas genera tumbuhan berbunga : Avicennie, Sonneratis, Rhyzophora, Bruguiera, Ceriops, Xylocarpus, Lummitzera, Aegiceras, Aegiatilis, Snaeda, dan Conocarpus.

Kusmana (2002 : 22) mengemukakan bahwa mangrove adalah suatu komunitas tumbuhan atau suatu individu jenis tumbuhan yang membentuk komunitas tersebut di daerah pasang surut. Hutan mangrove adalah tipe hutan yang secara alami dipengaruhi pasang surut air laut, tergenang pada saat pasang naik dan bebas dari genangan pada saat pasang rendah. Ekosistem mangrove adalah suatu sistem yang terdiri atas lingkungan biotik dan abiotik yang saling berinteraksi di dalam suatu habitat mangrove. Hutan mangrove merupakan salah satu ekosistem di kawasan estuaria yang sangat khas dan sensitif terhadap perubahan lingkungan. Selain terdiri dari vegetasi mangrove, ekosistem mangrove tersusun atas spesies unik dari jenis plankton, alga, ikan, maupun invertebrate lain. Fitoplankton berfungsi dalam rantai makanan dan penghasil sumber oksigen. Bila suatu komunitas mangrove tergradasi oleh aktivitas manusia, hal tersebut dapat saja menyebabkan perubahan lingkungan dan mempengaruhi unsur - unsur yang ada.

Definisi Konsepsional

Definisi Konsepsional pada penelitian studi komunikasi interpersonal duta wisata manuntung adalah sikap atau cara yang dilakukan duta wisata manuntung melalui bagaimana keterbukaan dalam hal komunikasi, empati, siap mendukung antara kedua belah pihak, sikap positif dan kesetaraan dalam mempromosikan wisata hutan mangrove margomulyo di Kota Balikpapan. Komunikasi Interpersonal merupakan sebuah metode atau cara penyelesaian masalah yang digunakan oleh makhluk sosial dalam berkomunikasi dengan lingkungannya, yang dimana Komunikasi Interpersonal adalah cara yang digunakan sang pemberi pesan atau komunikator untuk berinteraksi dengan lingkungannya atau seseorang yang akan menerima pesan dan informasi yang akan di sampaikan oleh komunikator dengan menggunakan media tertentu atau secara langsung agar kegiatan promosi dalam berinteraksi tersebut dapat berjalan sesuai dengan apa yang di diharapkan. Dalam hal ini Duta Wisata sebagai sarana yang dijadikan sebagai alat untuk mempromosikan wisata hutan mangrove margomulyo yang ada di Kota Balikpapan diharapkan dapat berinteraksi dengan baik dan berhasil menarik kembali minat masyarakat untuk berkunjung dan berwisata ke hutan mangrove margomulyo.

Metode Penelitian

Sesuai dengan judul di atas, maka jenis penelitian yang di gunakan ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Moleong (2007:11) mengemukakan bahwa deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata - kata, gambar dan bukan angka - angka, dari pendapat ini dijelaskan penelitian deskriptif untuk mendapatkan data yang berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, foto, video, dokumen pribadi catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya

Fokus penelitian ini sebagai batasan peneliti dalam menggali keterangan - keterangan yang akan diteliti agar tidak meluas kepada hal - hal lain diluar perumusan masalah. Batas penelitian yang peneliti tetapkan menurut De Vito (dalam Suranto Aw, 2011:82-84) yaitu Komunikasi Interpersonal yang efektif di lihat dari lima sikap positif yang mendukung komunikasi interpersonal, meliputi :

- a. Keterbukaan (Openness)
- b. Empati (Empathy)
- c. Sikap Mendukung (Supportiveness)
- d. Sikap Positif (Positiveness)
- e. Kesetaraan (Equality)

Jenis dan Sumber data :

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung terhadap narasumber yang berkompoten dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Data yang diperoleh dari lapangan dengan cara melakukan observasi dan wawancara dengan informan. Informan adalah orang yang memberikan informasi. Dengan pengertian ini maka informan dapat dikatakan sama dengan responden, apabila pemberian keterangannya karena dipancing oleh pihak peneliti. (Arikunto, 2006:145).

2. Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Data untuk mendukung penulis pada penelitian ini yaitu melalui dokumen atau catatan yang ada, buku – buku pustaka, file yang didownload di internet dan tulisan – tulisan karya ilmiah dari berbagai media.

Pada teknik pengumpulan data yang sesuai dengan penulisan skripsi ini yaitu Field work research atau penelitian langsung lapangan dengan cara :

a. Observasi

Dalam penelitian ini observasi atau penelitian langsung lapangan dilakukan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data - data valid tentang kegiatan dan tindakan yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal duta wisata manuntung periode 2016 - 2017 dalam mempromosikan wisata hutan mangrove margomulyo kota Balikpapan.

b. Wawancara

Wawancara dimaksudkan sebagai upaya untuk memperoleh informasi dari orang yang di wawancarai (informan) dengan cara langsung bertatap muka agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara dilakukan secara terbuka dan terstruktur dengan pertanyaan yang terfokus pada permasalahan sehingga informasi yang dikumpulkan cukup lengkap dan mendalam.

c. Dokumentasi

Pengumpulan yang dilakukan untuk mendapat data sekunder dengan berupa dokumen, foto, rekaman suara, maupun kliping koran yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Pengumpulan Data (Data Collection)
2. Kondensasi Data (Data Condensation)
3. Penyajian Data (Data Display)
4. Penarikan Kesimpulan (Drawing and Verifying Conclusions)

Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima unsur komunikasi interpersonal sesuai dengan fokus penelitian, yakni : Keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap positif (positiveness), sikap mendukung (supportiveness) dan kesetaraan (equality). Kelima unsur ini digunakan untuk menganalisis dan mendeskripsikan efektivitas komunikasi interpersonal duta wisata manuntung dalam mempromosikan wisata hutan mangrove margomulyo di Kota Balikpapan.

Keterbukaan (openness) Dari hasil wawancara lapangan yang menjadi penghambat lancarnya kegiatan promosi yang di lakukan adalah minimnya kegiatan yang di buat oleh pemerintah yang memfasilitasi duta wisata manuntung dalam membagikan informasi dan keadaan lokasi wisata yang kurang mendapat perhatian dari pemerintah dikarenakan lokasi – lokasi wisata yang baru yang lebih di fokuskan, selain itu diungkapkan hambatan komunikasi lain dirasakan dengan pertanyaan yang diajukan secara berulang ulang.

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (supportiveness). Komunikasi yang terbuka dan empati tidak

dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperhatikan sikap mendukung dengan sikap :

- a. Deskriptif, bukan evaluative
- b. Spontan, bukan strategi
- c. Provisional, bukan sangat yakin.

Sikap mendukung dalam komunikasi antara duta wisata manuntung dengan wisatawan dapat dilihat dari masing - masing pihak yang berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka. Hal ini di sampaikan oleh Ibu Irma Nurmawati dalam wawancara yang di lakukan oleh peneliti.

Untuk membahas hasil penelitian yang peneliti uraikan dalam penelitian ini, maka data dan informasi yang telah didapatkan oleh peneliti melalui narasumber yang diambil akan dianalisa dan dibahas dari setiap fokus yang merupakan pokok dari penelitian ini.

Komunikasi interpersonal sangat dibutuhkan oleh duta wisata dalam mempromosikan suatu tempat wisata khususnya hutan mangrove margomulyo karena duta wisata merupakan pintu gerbang wisatawan untuk mengetahui apa – apa saja tempat wisata di suatu daerah, maka duta wisata harus dapat menjalankan komunikasi interpersonal dengan baik kepada masyarakat. Adapun yang menjadi faktor dalam penelitian ini adalah keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*) dan kesetaraan (*equality*). Yang digunakan peneliti untuk menganalisis dan menggambarkan komunikasi interpersonal duta wisata manuntung dalam mempromosikan hutan mangrove margomulyo di Kota Balikpapan yang di dasari oleh teori komunikasi interpersonal yaitu teori analisis transaksional yang menjadi dasar peneliti dalam menganalisis komunikasi yang berlangsung di lapangan.

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka peneliti akan membahasnya sebagai berikut :

Keterbukaan (openness)

Keterbukaan adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang dilontarkan adalah milik pribadi. Keterbukaan pada fokus penelitian dilihat dari kesediaan duta wisata dalam memberikan informasi kepada wisatawan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan wisata yang ada di kota Balikpapan khususnya wisata hutan mangrove margomulyo yang ada di Kota Balikpapan.

Kesediaan duta wisata dalam memberikan informasi kepada wisatawan dan calon wisatawan sangat dibutuhkan dalam terjadinya komunikasi yang efektif. Dengan proses penyampaian pesan secara terbuka serta meyakinkan dengan bahasa yang mudah dimengerti maka akan memunculkan rasa puas dari wisatawan dan calon wisatawan teradap informasi yang diberikan oleh duta wisata manuntung. Dalam kegiatan promosi wisata yang dilakukan oleh duta wisata manuntung terdapat transaksi komunikasi yang terjadi di dalamnya, hal ini sesuai dengan teori analisis transaksional yang terdapat dalam komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh duta wisata manuntung dimana didalamnya terdapat proses transaksi, seperti siapa-siapa saja yang terdapat didalamnya dan

pesan apa saja yang dipertukarkan, juga terdapat pola-pola perilaku yang mendampingi proses transaksi komunikasi yang terjadi.

Seperti yang terjadi dalam komunikasi interpersonal duta wisata manuntung dalam mempermosikan wisata hutan mangrove margomulyo dengan sikap yang sangat terbuka untuk setiap informasi dan menanggapi pertanyaan dari wisatawan dan calon wisatawan, hal ini menunjukkan bahwa duta wisata memiliki Ego Stage Orang tua (Parents) dalam melakukan transaksi komunikasi dengan wisatawan dan calon wisatawan. Transaksi komunikasi yang dilakukan oleh duta wisata dengan wisatawan ini masuk kedalam transaksi yang saling melengkapi, dimana berita atau perilaku yang diperlihatkan oleh egostage yang menerima pesan yang tepat dan sesuai dengan yang diharapkan oleh egostage itu atau wisatawan.

Dari pengamatan peneliti dilapangan proses komunikasi interpersonal dalam menyampaikan pesan secara terbuka sudah baik, dengan menggunakan tutur kata yang santun dan dengan bahasa tubuh yang menunjukkan sikap membantu dalam menyampaikan informasi dan menjawab setiap pertanyaan yang di ajukan wisatawan dan berusaha selalu memfasilitasi wisatawan untuk memenuhi rasa ingin tahunya. Peneliti melihat bahwa sebagai komunikator duta wisata telah berhasil menyampaikan isi pesan dengan baik menggunakan komunikasi interpersonal yang sesuai dengan teori analisis komunikasi interpersonal yang saling melengkapi dimana terdapat proses tanya jawab dan feedback yang baik dari wisatawan yang ikut serta dalam kegiatan promosi wisata yang di laksanakan.

Dalam komunikasi yang berlangsung peneliti belum menemukan hambatan komunikasi yang signifikan dalam transaksi komunikasi yang terjalin antara duta wisata dan wisatawan, yang peneliti temukan penghambat kegiatan komunikasi itu berlangsung adalah wadah dan sarana yang mengantarkan duta wisata untuk bisa bersentuhan langsung dengan wisatawan masih sangat minim ditambah kurangnya perhatian pemerintah terhadap lokasi wisata yang sangat minim menimbulkan promosi wisata yang telah dilakukan tidak mendapatkan hasil yang maksimal.

Empati (empathy)

Empati merupakan kemampuan duta wisata manuntung dalam menempatkan dirinya pada posisi wisatawan atau calon wisatawan. Kemampuan duta wisata untuk menempatkan dirinya pada posisi wisatawan terlihat dari tanggapan dalam proses tanya jawab yang terjalin diantara duta wisata dan wisatawan. Dalam memberikan informasi dan jawaban dari pertanyaan yang disampaikan, duta wisata terlihat sangat antusias dan menunjukkan sikap yang sangat baik dalam menjawab pertanyaan dan memberikan informasi mengenai tempat wisata hutan mangrove margomulyo. Jika dianalisis menggunakan teori analisis transaksional dalam fokus ini duta wisata masih dalam posisi menjadi egostage dewasa dimana duta wisata dapat merasakan apa yang dialami dan melihat langsung feedback yang diberikan oleh wisatawan, proses transaksi yang terjadi dalam fokus ini masih dalam transaksi yang saling melengkapi dimana

duta wisata dapat membuat wisatawan menerima informasi dan pesan yang ingin disampaikan.

Sikap mendukung (supportiveness)

Sikap mendukung komunikasi antara duta wisata manuntung dan wisatawan atau calon wisatawan dapat dilihat dengan menciptakan suasana sikap mendukung seperti adanya interaksi secara terbuka dan umpan balik dalam komunikasi serta menggunakan isyarat nonverbal. Dari pengamatan peneliti di lapangan terlihat sikap masing-masing pihak yang saling mendukung dalam berkomunikasi ini terlihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan, kedua belah pihak memberikan umpan balik secara terbuka serta menggunakan isyarat verbal dan nonverbal untuk mendukung komunikasi interpersonal efektif. Dalam fokus ini egostage yang ditunjukkan oleh duta wisata dan wisatawan adalah egostage adult (dewasa) dimana duta wisata dan wisatawan dalam transaksinya sama – sama dalam keadaan yang menyenangkan dan dapat bertukar pikiran dan pendapat sehingga komunikasi yang terjalin menjadi komunikasi yang saling melengkapi.

Sikap positif (positiveness)

Sikap positif merupakan pandangan yang positif, sikap dalam komunikasi antara duta wisata manuntung dengan wisatawan atau calon wisatawan terlihat dalam sikap yang menyenangkan dari duta wisata manuntung ketika berkomunikasi dengan wisatawan atau calon wisatawan dan duta wisata mau menerima berbagai pertanyaan dari wisatawan dan menjawabnya secara terperinci dan ramah.

Dari pengamatan peneliti di lapangan, sikap yang menyenangkan ditunjukkan duta wisata manuntung yaitu dengan menyambut wisatawan dalam kegiatan jelajah balikhpapan dengan sopan santun dan ramah, dan memberikan informasi yang diperlukan mengenai apa saja keunggulan yang dimiliki hutan mangrove margomulyo. Disaat komunikasi berlangsung duta wisata menunjukkan sikap yang antusias dan memandang ke arah wisatawan saat wisatawan mengajukan pertanyaan, dan membangun suasana dalam kegiatan promosi wisata menjadi kegiatan yang sangat menyenangkan. Dalam hasil penelitian di lapangan, peneliti menyebutkan bahwa sikap positif yang ditunjukkan oleh duta wisata manuntung kepada wisatawan sudah efektif dalam memberikan informasi sebagai upaya kegiatan promosi yang dilakukan oleh duta wisata. Peneliti juga menemukan adanya dua egostage yang tergabung dalam fokus ini yaitu egostage adult dan egostage child dimana disaat bersamaan duta wisata menjadi seseorang yang dapat memposisikan diri dan membangun suasana yang menyenangkan sehingga wisatawan berada dalam egostage anak – anak yang merasakan hal menyenangkan dalam kegiatan promosi wisata dan transaksi komunikasi yang sedang berlangsung.

Kesetaraan (equality)

Kesetaraan merupakan kesamaan, sama-sama bernilai dan berharga. Dalam komunikasi interpersonal kesetaraan terlihat dari terjalinnya komunikasi antar duta wisata manuntung dan wisatawan. Terjalinya komunikasi yang baik antara duta wisata manuntung dan wisatawan terlihat disaat kesediaan duta wisata dalam memberikan informasi melalui berbagai pertanyaan, dan anggapan duta

wisata yang menilai wisatawan adalah unsur yang sangat penting dalam keberhasilan kegiatan promosi wisata yang dilakukan, hal ini juga terlihat dari tanggapan wisatawan yang senang saat mengikuti kegiatan promosi wisata seperti jelajah balikpapan yang dilakukan duta wisata. Dari penelitian ini, peneliti telah membuktikan bahwa kesetaraan anatar duta wisata dan wisatawan dengan menjalin komunikasi yang baik dengan saling menghargai untuk mewujudkan komunikasi interpersonal yang efektif dimana kedua belah pihak berada dalam *egostage child*, yang dimana *egostage* ini selalu diorientasikan pada hal – hal yang positif dan menyenangkan dan dimoninasi pada perasaan terlihat daari apa yang diungkapkan oleh duta wisata dan wisata dalam fokus ini yang menggunakan perasaan dan pikiran dalam menilai satu dengan yang lainnya sehingga menimbulkan transaksi komunikasi interpersonal yang saling melengkapi dimana *egostage* sebagai penerima pesan dapat menerima dan memahami informasi yang disampaikan oleh *egostage* yang lain.

Selain ke 5 aspek pokok yang menjadi fokus didalam penelitian ini untuk terdapat aspek lain yang mendukung keberhasilan komunikasi interpersonal yaitu kredibilitas, daya tarik, kemampuan intelektual, integritas atau keterpaduan, keterpercayaan, kepekaan sosial, kematangan tingkat emosional, berorientasi kepada psikologis komunikasi. Jika kita mengkaji lebih jauh dengan ke 8 aspek lain yang mendukung keberhasilan komunikasi interpersonal yang berlatar duta wisata manuntung sebagai Key Informan didalam penelitian ini telah memenuhi sikap yang mendukung keberhasilan komunikasi interpersonal. Terlihat dari foto yang telah di tampilkan di dalam profil bahwa mereka sangat menarik jika menjadi seorang pembicara secara fisik, dilihat dari latar belakang pendidikan dan prestasi mereka memiliki pengalaman yang cukup baik dalam dunia pariwisata dan organisasi lainnya. Selain telah memenuhi persyaratan untuk sebagai komunikator yang memiliki kredibilitas yang baik, peneliti dapat mengungkapkan bahwa kedua belah pihak telah terlibat dalam komunikasi interpersonal dikarenakan komunikasi yang terjalin merupakan komunikasi interpersonal yang telah terjalin dengan baik karena menurut peneliti sesuai dengan buku yang ditulis oleh Budiyatna (2011 : 15) yaitu menurut Richard L. Weaver II (1993) bahwa karakteristik komunikasi interpersonal yang baik ialah terdapat dua orang atau lebih dalam kelompok yang sepakat mengenai hal tertentu atau sesuatu, maka kedua orang atau lebih tersebut nyata nyata terlibat didalam komunikasi antar pribadi.

Yang mana dalam penelitian ini key informan dan informan memiliki jawaban yang tidak bertentangan atau saling mendukung, terlihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dan didalamnya terdapat jawaban – jawaban yang membenarkan satu sama lain yang artinya Duta Wisata sebagai komunikator telah cukup baik dalam menyampaikan informasi dan Para Peserta kegiatan Jelajah Balikpapan yang menjadi informan dapat menerima pesan yang disampaikan melalui komunikasi yang terjalin didalam kegiatan tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan setelah dilakukan analisis, dilihat dari kelima unsur efektivitas komunikasi antarpribadi sesuai dengan fokus penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

Efektivitas komunikasi antarpribadi dilihat dari unsur keterbukaan yakni kesediaan duta wisata manuntung dalam menyampaikan informasi dan menjawab semua pertanyaan yang diajukan sudah berjalan cukup efektif karena dapat kita lihat dari adanya umpan balik yang diberikan wisatawan berupa pertanyaan – pertanyaan yang muncul saat kegiatan tatap muka berlangsung, dan setelah dikaji menggunakan teori komunikasi interpersonal yaitu teori analisis transaksional, transaksi komunikasi yang berlangsung antara duta wisata manuntung dengan wisatawan dianggap cukup efektif terlihat dari transaksi komunikasi yang terjalin merupakan transaksi komunikasi yang saling melengkapi. Beberapa hambatan yang mempengaruhi keberhasilan promosi wisata yang dilaksanakan oleh duta wisata tidak menghambat terlaksananya transaksi komunikasi yang baik antara duta wisata dan wisatawan saat kegiatan komunikasi secara langsung terjadi.

Efektivitas komunikasi antarpribadi dilihat dari unsur empati yakni kemampuan duta wisata manuntung untuk menempatkan dirinya pada posisi yang dialami wisatawan terlihat dari bagaimana duta wisata dapat menanggapi setiap pertanyaan dengan ramah dan menunjukkan sikap yang antusias untuk setiap pertanyaan dan informasi yang akan diberikan, juga memberikan perhatian dalam setiap proses komunikasi yang terjalin.

Efektivitas komunikasi interpersonal dilihat dari tiga unsur fokus penelitian yakni : sikap positif, sikap mendukung, kesetaraan telah berjalan dengan efektif. Duta wisata manuntung bersikap profesional dalam menjalankan komunikasi interpersonal saat kegiatan promosi wisata terlaksana dan menunjukkan sikap yang baik saat berhadapan dengan wisatawan dengan sikap yang ramah dan menyenangkan serta saling menghargai satu sama lain sehingga proses komunikasi interpersonal yang sedang terlaksana berjalan dengan baik.

Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah penulis paparkan di atas maka saran-saran dan masukan agar penerapan komunikasi interpersonal bisa berjalan dengan efektif dalam kegiatan mempromosikan wisata hutan mangrove margomulyo di kota Balikpapan yaitu, duta wisata diharapkan dapat terus melakukan kegiatan promosi wisata yang melibatkan wisatawan secara langsung seperti jelajah Balikpapan ini secara rutin dan menambah intensitas pertemuan. Duta wisata diharapkan dapat terus menjadi sarana penyambung antara pemerintah dan masyarakat untuk meningkatkan kegiatan wisata yang terlaksana di Kota Balikpapan. Dan juga diharapkan duta wisata dapat lebih aktif dalam mengeksplorasi wisata di kota Balikpapan ke sosial media, karena sosial media menempati peran yang penting saat ini dalam mempromosikan wisata yang ada di Kota Balikpapan.

Selain itu, diharapkan kepada pemerintah Kota Balikpapan untuk bisa lebih memperhatikan kondisi wisata yang ada Kota Balikpapan khususnya Hutan

Mangrove Margomulyo, karena hutan mangrove margomulyo merupakan hutan konservasi yang memiliki potensi wisata yang sangat besar apabila keadaan dan eksistensi tempat wisata ini terus dikembangkan dan dijaga. Hutan mangrove marhomulyo merupakan hutan konservasi yang memiliki keindahan tersendiri dan nilai edukasi yang tinggi untuk wisatawan yang berkunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Andry S. dan Engkoem D. 1994. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Edisi Ketiga). Bandung : Remadja Karya.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budyatna, Muhammad. 2011. *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.
- Craven, Davids W. 1995. *Pemasaran Strategi, Jilid 1-2 Edisi Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komuniasi Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hardiman, Ima. 2006. *400 Istilah PR Media Periklanan*. Jakarta. Gagas Ulung.
- Huberman, Michael. dan Miles B. Mathew, 2009. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-Press
- Kodhyat, H. 1983. *Pengertian Pariwisata dan Kepariwisataaan*. Yogyakarta: ANDI.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Surabaya : Kencana Prenada Media Group.
- Kusmana, C. 2002. *Rencana Rehabilitasi Hutan Mangrove dan Pantai Pasca Tsunami di NAD dan Nias*. Makalah dalam Lokakarya Hutan Mangrove Pasca Sunami, Medan, April 2005.
- Milles, Huberman & Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis A methods Sourcebook*. USA: SAGE Publication, Inc.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Pitana, I Gde dan Diarta, I Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : ANDI
- Santoso, Edi & Mite Setiansah. 2009. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suranto, AW. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Suharsimi, Arikunto. 2005. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan RND*. Bandung Alfa Beta.
- Satriawan. 2013. *Hakikat Pemilihan Duta Wisata*. Surakarta: Cendana Offset.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty
- Wahab, Salah. 1975. *Tourism Management*. London: Tourism International Press.