



Strategi Komunikasi Interpersonal Taman Edukasi Dalam Menarik Wisatawan Pada Objek Wisata Keju Lasi Kecamatan Candung Kabupaten Agam

Zakiatus Shaufi ^a, Darul Ilmi ^b, Junaidi Junaidi ^c, Yusuf Afandi ^d

^{a b c d} Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Usuluddin Adab dan Dakwah, zakiatusshaufi@gmail.com, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Abstract. *This study aims to look at the educational park's interpersonal communication strategy in attracting tourists to this cheese lation tourist attraction, and based on field observations of data there are strategies set by guides in the lasi cheese educational park so that tourists are guided and get well-directed related to the object. cheese tour. This type of research is field research with a qualitative approach, namely describing what is about a situation. In this study the authors describe the Educational Park Interpersonal Communication Strategy in Attracting Tourists at the Cheese Lasi Tourism Object, Cdung District, Agam Regency. In collecting data, the authors used observation and interview techniques with informants related to the Educational Park Interpersonal Communication Strategy in Attracting Tourists at the Lasi Cheese Tourism Object. The results of the research or the conclusions of the research are that the Interpersonal Communication Strategy of the Educational Park in Attracting Tourists at the Cheese Lasi Tourism Object, Cdung District, Agam Regency consists of, first, the communication strategy of choosing and assigning communicators, identifying targets, selecting communication media. second, obstacles in interpersonal communication in the form of technical disturbances, physical disturbances, semantic disturbances, status barriers, frame of mind obstacles. Third, efforts to attract lasi cheese attractions*

Keywords: *Interpersonal Communication Strategy, Tourists, Lasi Cheese Attractions*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi komunikasi interpersonal taman edukasi dalam menarik wisatawan pada objek wisata keju lasi ini, dan berdasarkan observasi data dilapangan adanya strategi yang ditetapkan oleh pemandu (guide) ditaman edukasi keju lasi agar wisatawan terbimbing dan mendapatkan arahan dengan baik yang berkaitan di objek wisata keju lasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian yang bersifat lapangan dengan pendekatan kualitatif yaitu menggambarkan apa adanya tentang suatu keadaan. Dalam penelitian ini penulis menggambarkan Strategi Komunikasi Interpersonal Taman Edukasi Dalam Menarik Wisatawan Pada Objek Wisata Keju Lasi Kecamatan Candung Kabupaten Agam. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik observasi dan wawancara dengan informan yang terkait dengan Strategi Komunikasi Interpersonal Taman Edukasi Dalam Menarik Wisatawan Pada Objek Wisata Keju Lasi. Hasil penelitian atau kesimpulan dari penelitian adalah bahwa strategi Komunikasi Interpersonal Taman Edukasi Dalam Menarik Wisatawan Pada Objek Wisata Keju Lasi Kecamatan Candung Kabupaten Agam terdiri dari, pertama, strategi komunikasi memilih dan menetapkan komunikator, mengenali sasaran, pemilihan media komunikasi. kedua, hambatan dalam komunikasi interpersonal berupa gangguan teknis, gangguan fisik, gangguan semantik, rintangan status, rintangan kerangka berpikir. Ketiga, upaya menarik objek wisata keju lasi

Kata kunci: Strategi Komunikasi Interpersonal, Wisatawan, Objek Wisata Keju Lasi

LATAR BELAKANG

Suatu proses yang sangat penting dalam kegiatan adalah proses komunikasi. Peran dari proses komunikasi adalah sebagai wadah dalam penyampaian gagasan dan perasaan terhadap suatu hal. Gagasan merupakan suatu yang diperoleh dari kegiatan berfikir, gagasan berupa opini dan informasi yang mereka sampaikan setelah melalui proses berfikir (Anwar Arif: 1995).

Salah satu bentuk komunikasi yang biasa dilakukan adalah komunikasi interpersonal atau intrapribadi. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan antar individu. Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, masing orang terlibat dalam komunikasi tersebut saling mempengaruhi persepsi lawan komunikasinya. Ciri komunikasi interpersonal ini adalah pihak-pihak yang memberi dan menerima pesan secara stilmutan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal. Komunikasi interpersonal yang efektif diawali dengan hubungan yang baik (Nurudin: 2017).

Komunikasi interpersonal salah satunya dilakukan oleh pemilik objek wisata dalam membangun koneksi dan menarik minat orang-orang untuk mengunjungi objek wisata yang di suguhinya, komunikasi interpersonal dapat dilakukan secara langsung atau melalui media sosial (Hafied Cangara: 2014).

Masing-masing daerah wisata pastinya memiliki daya tarik tersendiri untuk dikunjungi oleh para wisatawan. Masalah daya tarik tujuan wisata memang tergantung kepada selera wisatawan itu sendiri, sehingga pengelola atau masyarakat setempat secara tidak langsung harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan selera pengunjung agar kepariwisataan daerahnya dapat diterima dan dinikmati dengan baik oleh wisatawan. Bagi pengelola objek wisata pemahaman mengenai jenis wisata ini akan membantu dalam usaha menarik wisatawan yang sesuai dengan produk wisata yang dihasilkan. Jenis wisata berkembang sejalan dengan perubahan yang terjadi dalam masyarakat (2022).

Sumatera Barat memang terkenal punya beragam potensi wisata menarik untuk dikunjungi, salah satu diantaranya adalah objek wisata edukasi keluarga Keju Lasi di Nagari Lasi, Kecamatan Candung, Kabupaten Agam. Kawasan objek wisata edukasi keluarga Keju Lasi dikelola secara pribadi dengan pemiliknya Suhatri, luas lahan lebih kurang 1,5 ha. Keju Lasi ini berdiri sejak tahun 2016 yang mana disini ada peternakan sapi perah menghasilkan susu sapi murni.

Keju Lasi mempunyai peternakan sapi perah, sapi yang produktif atau yang bisa diperah sebanyak 25 ekor, selesai inseminasi buatan ada 4 ekor, dan anak jawa berjumlah 15 ekor, dari 25 ekor sapi yang produktif menghasilkan 300 liter susu murni yang diperah dua kali sehari pagi dan sore. Dan 300 liter susu murni yang diperoleh, 100 liter dijual segar, 50 liter untuk konsumsi jawa dan 150 liter lagi untuk produksi keju mozarella dan tersedia beraneka jenis menu makanan di objek wisata edukasi keju lasi. Pengunjung yang masuk ke kawasan objek wisata keju lasi tidak dipingut bayaran, selama pengunjung berada dilokasi keju lasi dapat menyaksikan cara pemerahan susu sapi.

Dari wawancara diatas yang peneliti lakukan pada tanggal 7 Februari 2022 terhadap karyawan Keju Lasi, bahwa strategi komunikasi interpersonal yang digunakan dengan cara berinteraksi langsung dan menjelaskan bagaimana proses pembuatan keju tersebut sehingga timbulnya feedback (Umpan balik) diantara karyawan keju lasi dengan para wisata.

Di lokasi wisata keju lasi tersedia fasilitas tempat duduk untuk menikmati view keindahan gunung marapi sambil menikmati minuman dari susu sapi. Adapun jarak objek

wisata keju lasi dari kota bukittinggi sekitar 15 km, dengan waktu tempuh sekitar 15 menit berwisata sambil menikmati beraneka jenis makanan terbuat dari susu sapi.

Sejak berdiri keju lasi sudah menarik banyak wisatawan, hal ini tidak terlepas dari proses komunikasi interpersonal yang dilakukan. Menurut owner keju lasi, dalam menarik pengunjung adalah dengan menciptakan inovasi berbeda dari kebanyakan, salah satunya taman edukasi, dimana belum ada orang yang menciptakan taman edukasi yang serupa seperti keju lasi.

Komunikasi interpersonal yang dilakukan adalah dengan mempengaruhi konsumen tentang pentingnya mengumsumsi susu untuk kesehatan dan dapat mencegah stunting pada anak-anak. Disini peneliti melihat bagaimana hubungan interpersonal antara pemandu (guide) taman edukasi dengan pelanggan, yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berwisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian bersifat penelitian lapangan, (field research) dengan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan kepada filsafat post positivistic, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Strategi komunikasi interpersonal Taman Edukasi dalam menarik wisatawan pada objek wisata keju lasi di jorong Lasi Tuo kenagarian Lasi Kecamatan Candung Kabupaten Agam merupakan daerah yang terletak dikaki gunung merapi, salah satu objek wisata berdiri di daerah ini. informan kunci pada penelitian ini adalah Suhatriel selaku owner keju lasi. Dan Suhatriel adalah orang yang paling tahu tentang keju lasi, maka beliau merupakan sumber informasi utama. informan pendukung pada penelitian ini adalah karyawan serta masyarakat dan wisatawan yang andil maupun tidak andil dalam kunjungan pada objek wisata keju lasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi interpersonal merupakan perencanaan, taktik, rancangan dan cara yang dipergunakan untuk melancarkan proses komunikasi, memperhatikan semua bagian yang ada dalam mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Maka jika dikaitkan dengan pokok masalah penelitian, strategi komunikasi ini dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan diinginkan perusahaan.

Penulis memahami bahwa strategi merupakan rencana yang menghususkan pada tujuan organisasi, dalam hal ini pelayanan kepada masyarakat. Strategi didalamnya menggambarkan misi dasar dari organisasi serta tujuan dan sasaran yang hendak dicapai, juga cara-cara pemanfaatan sumber-sumber organisasi untuk mencapai sarannya.

Dalam melakukan komunikasi tidak selalu berjalan secara baik, itu terjadi karena adanya hambatan-hambatan dalam menjalankan komunikasi yang efektif. Bahkan beberapa ahli komunikasi menyatakan bahwa tidak mungkin seseorang dapat melakukan komunikasi secara sebenarnya-benarnya efektif.

Berdasarkan hasil penelitian di Taman Edukasi. Penelitian bertujuan untuk memperoleh data tentang Strategi Komunikasi Interpersonal Taman Edukasi Dalam Menarik Wisatawan Pada Objek Wisata Keju Lasi Kecamatan Candung Kabupaten Agam. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan sesuai dengan apa yang penulis uraikan sebelumnya pada bab terdahulu

Strategi komunikasi memiliki peranan penting dalam proses pelaksanaan taman edukasi. Komunikasi yang dilaksanakan oleh taman edukasi dengan wisatawan dengan

komunikasi interpersonal akan berjalan dengan baik dan efektif, jika materi yang disampaikan dapat dipahami dan menimbulkan hasil yang positif bagi wisatawan.

Strategi komunikasi interpersonal taman edukasi dalam menarik wisatawan mengenal 4 teori strategi komunikasi menurut Hafied Cangara diantaranya memilih dan menetapkan komunikator, mengenali sasaran, pengkajian tujuan pesan komunikasi dan pemilihan media komunikasi. Teori ini penulis gunakan dalam penelitian Strategi Komunikasi Interpersonal Taman Edukasi Dalam Menarik Wisatawan Pada Objek Wisata Keju Lasi Kecamatan Candung Kabupaten Agam.

Proses penyebaran akan berjalan dengan lancar dan mencapai hasil, yaitu orang yang menyampaikan informasi atau pernyataan kepada khalayak. Komunikator dalam kegiatan komunikasi mempunyai pengaruh yang besar terhadap kelancaran komunikasi itu sendiri. Peran komunikator begitu penting dan dominan sehingga dalam kegiatan komunikator yang baik, komunikator harus memiliki kredibilitas di mata komunikator. Kredibilitas ini dapat diperoleh jika komunikator memiliki keterampilan komunikasi lisan dan tertulis, berpengetahuan luas, ramah, dan dapat beradaptasi dengan sistem sosial dan budaya.

Adapun maksud dari pemandu(guide) adalah sebuah kemampuan kerja untuk pelayanan kegiatan perjalanan orang dalam jangka waktu sementara dengan mengunjungi tempat tujuan tertentu untuk tujuan rekreasi. Jadi, berdasarkan wawancara peneliti dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi interpersonal dalam memilih dan menetapkan komunikator yang dipakai pemandu dalam menjalankan tugas ketika memberi nasehat kepada wisatawan merupakan tugas dari atasan yang telah ditetapkan sesuai dengan aturan dan kaidah yang berlaku.

Sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi komunikator yang bertindak sebagai ujung tombak suatu program harus terampil berkomunikasi kaya ide, serta penuh daya kreativitas. Berdasarkan observasi dan wawancara peneliti dapat disimpulkan bahwa pemilihan bahasa merupakan hal yang sangat urgen ketika pemandu memberikan materi kepada wisatawan. Dengan menggunakan bahasa yang sesuai dengan wisatawan akan mempermudah mereka memahami materi tersebut.

Seorang pemandu(guide) sebelum melaksanakan komunikasi interpersonal di taman edukasi dengan wisatawan terlebih dahulu memahami dan mengenali sasaran komunikasinya terlebih dahulu. Hal utama yang dilakukan pemandu agar terjalinnya komunikasi yang baik adalah pemandu mengenali terlebih dahulu sasaran komunikasinya. Sebelum memulai komunikasi dilakukan pemeriksaan data secara administratif.

Dari hasil observasi dan wawancara bahwasanya Pemandu Taman edukasi dalam menarik wisatawan pada objek wisata keju lasi dalam pemilihan media sesuai dengan kebutuhan materi agar isi dan materi tersampaikan dengan benar dan wisatawan bisa mengimplementasikan dengan bagus.

Bahasa merupakan kemampuan yang dimiliki manusia untuk berkomunikasi dengan manusia lainnya baik itu menggunakan tanda, misalnya kata dan gerakan tubuh. Pemandu dalam menyampaikan pesan tentu adanya tujuan yang ingin dicapai. Dengan begitu pemandu dapat mempengaruhi dan mengubah perilaku wisatawan.

Hasil wawancara menunjukkan dalam pengkajian tujuan pesan komunikasi menggunakan bahasa verbal maupun non verbal, dengan memperhatikan pemilihan bahasa dan sesekali melemparkan pertanyaan kepada wisatawan agar suasana tidak sepi.

Hambatan adalah yang merintang dan menghambat komunikasi sehingga penerima salah menafsirkan. Dalam pelaksanaan strategi komunikasi, terdapat beberapa

hambatan yang membuat strategi komunikasi tidak berjalan dengan maksimal. Berikut beberapa hambatan yang di alami dalam komunikasi Pemandu Taman edukasi dalam menarik wisatawan pada objek wisata keju lasi kecamatan candung kabupaten agam.

Gangguan yang bersifat fisik ini bisa mengganggu jalannya komunikasi yang dilakukan Pemandu Taman edukasi dalam menarik wisatawan pada objek wisata keju lasi dengan wisatawan. Pada komunikasi yang dilakukan antar manusia bisa berupa gangguan fisik atau panca indra yang tidak berfungsi dengan bagus lagi, sehingga terjadinya permasalahan komunikasi yang terjadi.

Gangguan yang terdapat pada penggunaan bahasa yang digunakan oleh pemandu taman edukasi. Pada observasi yang penulis lakukan pemandu taman edukasi menggunakan bahasa indonesia dan bahasa minang. Penggunaan bahasa minang pada saat penyampaian materi membuat wisatawan taman edukasi mudah memahami materi yang disampaikan. Namun masih ada penggunaan bahasa asing hal ini menjadi hambatan pada saat proses pemberian materi.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dapat penulis simpulkan bahwa dalam pemandu taman edukasi pada saat menyampaikan materi menggunakan bahasa dua bahasa yakni bahasa indonesia dan bahasa minang. Namun terkadang ada juga menggunakan bahasa asing yang membuat wisatawan kurang memahami maksud dari materi yang disampaikan. Jadi dalam penggunaan bahasa yang digunakan pemandu dan wisatawan taman edukasi masih ada hambatan yang terjadi mengenai pemahaman materi dalam bahasa asing.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi interpersonal taman edukasi dalam menarik wisatawan pada objek wisata keju lasi kecamatan candung kabupaten agam berjalan dengan baik dengan menetapkan komunikator sebagai sumber informasi dalam menyampaikan segala informasi kepada wisatawan. Disini yang berfungsi sebagai komunikator adalah pemandu (guide) yang berada di taman edukasi, agar lebih mudah dalam menyampaikan informasi kepada wisatawan yang berkunjung. Pemandu (guide) merupakan sasaran dari strategi komunikasi interpersonal dalam menyampaikan informasi kepada wisatawan yang berkunjung. Media komunikasi merupakan sarana atau alat yang digunakan untuk mempermudah proses penyampaian pesan yang digunakan oleh pemandu (guide) dalam menyampaikan segala informasi kepada wisatawan atau masyarakat yang berkunjung ke taman edukasi. Adapun media komunikasi yang digunakan media elektronik hp, pemandu mengajak wisatawan untuk melihat akun media sosial disana terdapat informasi-informasi yang penting tentang taman edukasi.

DAFTAR REFERENSI

- Indasari. (Skripsi). 2016. Strategi Komunikasi Interpersonal Pendidik Dan Peserta Didik Dalam Proses Belajar Di SMP Luar Biasa Yayasan Pembinaan Anak Cacat (YPAC).
- Makasar Putri, Riski Ananda. 2020. (Skripsi), Strategi Komunikasi Balai Peletarian Cagar Budaya (BPCB) Jambi Dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Studi Kasus Musium Candi Budi Ayu Desa Tanah Abang Kabupaten Pali. Palembang
- Pangestu, Bayu Azi Pangestu. 2021. (Skripsi). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Kampar Dalam Meyosialisasikan Sabta Pesona Kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis).
- Ria Yenis, Rahma. 2018. (Skripsi), Strategi komunikasi pemasaran dalam me ningkatkan brand destinasi kota banda acah (Studi Mesjid Raya Baiturrahman). Medan
- Harefa, Nurul Ulfa Harefa2018. (Skripsi). Strategi Komunikasi Pemerintah dalam mengembang objek wisata Bukit indah Simarjarunjung dikabupaten Simalungun. Meda