

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi sebagai praktik transfer pesan sering dipahami secara sempit hanya sebagai satu orang dengan orang lain. banyak orang memahami komunikasi (dalam pengertian praktis yang dirasakan sehari-hari) dengan pengertian berbicara, berdialog, berdiskusi, berpendapat, berinteraksi, bersosialisasi, atau apapun yang menyiratkan pertukaran (penyampaian) pesan dan informasi dari satu pihak kepada pihak lain dalam pengertian yang sangat lazim atau awam, memang komunikasi dapat dimaknai sebagai tindak perilaku dalam bentuk “tutur kata” dalam menyampaikan pesan atau informasi antar manusia (human communication). Oleh sebab itu, sifat multi disiplin ilmu komunikasi sangat luas, kompleks dan rumit menyangkut aspek sosial, budaya, ekonomi, politik, bahkan teknologi.

Sementara itu hingga saat ini kebanyakan orang awam masih menempatkan komunikasi dalam pengertian yang lazim sebagai sebuah politik transfer pesan melalui sebuah ontak pembicaraan. Perkembangan ilmu komunikasi selanjutnya berpusat di sejumlah perguruan tinggi yang membuka sejumlah kajian, studi, jurusan atau bahkan fakultas ilmu komunikasi.¹

Hasil pengamatan terhadap komunikasi antar manusia menghasilkan berbagai teori komunikasi yang pada intinya adalah upaya para ahli menjelaskan cara manusia berkomunikasi dan yang akan terjadi selama komunikasi itu

¹ Iswandi Syahputra, *Ilmu Komunikasi Tradisi, Perspektif dan Teori* (Yogyakarta: Calpulis, 2016), h. 7

berlangsung. Teori komunikasi yang dihasilkan hingga saat ini jumlahnya sangat banyak karena komunikasi itu sendiri merupakan bidang yang sangat luas, berbagai teori itu kemudian dikelompokkan atau digolongkan menurut mekanisme tertentu sehingga berkembang menjadi ilmu tersendiri pula.

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting dan kompleks bagi kehidupan manusia, manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang dikenal sama sekali, komunikasi memiliki peran yang sangat vital bagi kehidupan manusia.

Stephen W. Littlejohn mengatakan bahwa: communication is difficult to define, The word is abstract and, like most terms, posses numerous meanings (komunikasi sulit untuk didefinisikan. kata komunikasi bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah, memiliki banyak arti).²

Frank Dance melakukan terobosan penting dalam upayanya memberikan klarifikasi terhadap pengertian komunikasi, ia mengklarifikasikan teori komunikasi yang banyak itu berdasarkan sifat-sifatnya. Dance mengajukan sejumlah dasar yang digunakan untuk membedakan komunikasi, ia menemukan tiga hal yang disebutnya dengan diferensiasi konseptual kritis (*critical conceptual differentiation*) yang membentuk dimensi dasar teori komunikasi yang terdiri atas:

1. Dimensi level observasi
2. Dimensi kesengajaan
3. Dimensi penilaian normatif

² Morissan, *Teori Komunikasi* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), h.37

Dalam strategi komunikasi memerlukan komunikasi yang efektif guna menarik minat masyarakat untuk datang berkunjung ke Museum Siwalima. Proses komunikasi efektif sangat berkaitan dengan pertanyaan yang di sampaikan oleh Harold D Lasswell yaitu “*who says what in which channel to whom with what effect*” yang maksudnya siapa yang mengatakan apa kepada siapa melalui saluran apa dan apa pengaruhnya. Lasswell mengemukakan model ini erat kaitannya dengan strategi komunikasi media massa. Melihat komunikasi sebagai transmisi pesan, memunculkan efek bukan makna. Efek menunjukkan sebuah perubahan yang dapat diamati dan diukur dari penerima yang disebabkan oleh elemen-elemen dari proses komunikasi yang bisa di identifikasikan.³

Pariwisata merupakan bidang yang tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia. Setiap orang tentunya membutuhkan wisata untuk memenuhi kebutuhan psikologisnya yaitu hiburan. Di era globalisasi seperti ini pariwisata menjadi industri yang sangat pesat perkembangannya, baik dari aspek pengembangan obyek wisata, transportasi, dan bentuk pemasaran wisata.

Daerah Kota Ambon yang dikenal sebagai kota “Musik” menjadi salah satu daerah di Provinsi Maluku yang mempunyai beberapa objek wisata dan mempunyai keindahan alam yang cukup diperhitungkan sebagai salah satu tujuan wisata masyarakat. Salah satu wisata yang sudah terkenal adalah Museum Siwalima yang sudah terkenal sejak lama. Setelah mencapai kesepakatan antar pihak kabupaten dan provinsi, akhirnya Museum Siwalima ini berdiri dan diresmikan Pada Tahun 1973”.

³ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 39

Museum Siwalima menjadi objek wisata yang sering dikunjungi oleh masyarakat lokal maupun asing. Sehingga museum ini menjadi objek wisata yang dikenal masyarakat. Museum ini menjadi satu-satunya museum yang ada di Kota Ambon. Museum ini terletak di kawasan Taman Makmur, desa Amahusu Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon Provinsi Maluku.

Museum Siwalima memiliki koleksi antara lain benda-benda peninggalan sejarah, rumah adat dan pakaian adat Maluku. Dari museum ini pengunjung dapat melihat panorama yang indah sekitar Kota Ambon. Benda-benda itu ada yang berupa replika atau miniatur, ada pula yang berupa benda bersejarah asli

Terkait dengan aktivitas komunikasi untuk mengenalkan Museum Siwalima kepada masyarakat luas, para pemandu melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan museum. Aktivitas komunikasi sering dilakukan oleh pemandu museum.

Berkaitan dengan komunikasi hendaknya para petugas melakukan sebuah komunikasi yang baik dan dapat dipercaya oleh masyarakat, sesuai dengan Al-Qur'an Surat Al-Ahzab : ayat 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahan :

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar”.⁴

⁴ <http://www.ibnukatsironline.com/2015/09/tafsir-surat-al-ahzab-ayat-70-71.html> (diakses pada selasa, 03 November 2020 pukul 11.53 WIT)

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia harus berkata benar pada siapapun, sehingga dapat dipercaya oleh orang lain. (Hai Orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu sekalian kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar) yakni perkataan yang tidak menyalahi. Hal ini tidak terlepas dari upaya petugas untuk mengenalkan Museum Siwalima kepada masyarakat umum, berbagai komunikasi dilakukan oleh petugas Museum Siwalima untuk promosi agar jumlah kunjungan terus meningkat.

Cara komunikasi yang dilakukan pemerintah Kota Ambon dalam menarik minat wisatawan, yaitu dengan melakukan kegiatan seperti pameran-pameran di Museum, sehingga pihak Museum Siwalima dapat melakukan komunikasi langsung dan menjelaskan kepada pengunjung tentang apa saja yang ada di Museum tersebut.

Selain melakukan kegiatan seperti pameran, pihak Museum Siwalima juga mengadakan pameran secara online atau virtual, agar masyarakat yang ada diluar kota Ambon juga dapat menyaksikan kegiatan tersebut dan dapat menarik para wisatawan dari luar Kota Ambon untuk datang berkunjung di Museum Siwalima.

Mengingat saat ini sedang terjadi Pandemi Covid-19, maka pengunjung juga tidak dapat langsung datang ke Museum, sehingga kegiatan online menjadi jalan untuk tetap menjaga eksistensi Museum, hal ini juga bisa membuat para wisatawan yang belum pernah berkunjung menjadi penasaran dan menarik minat mereka agar nantinya setelah pandemi berlalu, mereka bisa datang berkunjung dan melihat langsung koleksi-koleksi yang ada pada Museum Siwalima.

Dari penjelasan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana “Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Ambon Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Museum Siwalima Kota Ambon”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk-bentuk komunikasi yang dilakukan Pemerintah Kota Ambon dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Siwalima Kota Ambon?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi penunjang dan penghambat strategi komunikasi Pemerintah Kota Ambon dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Siwalima Kota Ambon?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk komunikasi yang dilakukan Pemerintah Kota Ambon untuk menarik minat wisatawan?
2. Untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang menjadi penunjang dan penghambat strategi komunikasi Pemerintah Kota Ambon untuk menarik minat wisatawan?

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Ilmiah

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya ilmu Komunikasi.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi semua pihak untuk menjalankan fungsi-fungsi Komunikasi, guna mencapai tujuan yang diharapkan.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan acuan bagi peneliti lain yang ingin meneliti serta mengkaji lebih mendalam tentang ilmu Komunikasi.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pemikiran bagi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
- c. Sebagai referensi bagi perpustakaan Institut agama Islam Negeri (IAIN) Ambon
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana strategi komunikasi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Museum Siwalima Kota Ambon.
- e. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pengelola wisata Museum Siwalima agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan wisata, dan lebih mengenalkan Museum Siwalima ke seluruh lapisan masyarakat.