

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Rasa ingin tahu manusia terhadap hal-hal yang ada disekitarnya sangatlah besar. Semua itu dapat terlihat pada perubahan suatu sistem kebudayaan yang pastinya terdapat di dalam sistem masyarakat, dari rasa ingin tahu manusia yang besar tersebut. Manusia selalu mengeksplorasi apa yang ada disekitarnya, baik atau buruk, kemudian ingin menyampainya kepada orang lain. Bertahap dari komunikasi yang semula bersifat personal, kemudian dapat berkembang menjadi proses penyampaian pesan yang bersifat massal, sehingga informasi menjadi lebih luas jangkauannya serta dapat berubah suatu pola kehidupan masyarakat yang lebih luas lagi.¹ Penyampaian pesan kepada masyarakat salah satunya bisa menggunakan media massa.

Media Massa memiliki peranan yang penting dalam menyebarkan informasi yang dibutuhkan masyarakat. Saat ini ada beragam media yang memberikan informasi dengan berbagai karakteristiknya seperti media elektronik, televisi, radio, cetak, serta media *online*. Setiap media massa memiliki masing-masing karakteristik yang berbeda dalam penyampaiannya. Salah satu media yang dapat menemani kita kemana saja adalah media *online*, yang menyajikan berbagai informasi.²

¹ Ari Aditya Setiawan, *Peran Media Media Massa Dalam Meningkatkan Kualitas Kepemerintahan Lokal Berbasis Human Security Di Kota Jayapura*. 15 Desember 2018. Hlm 2.

² Onong Uchana Effendy, *Ilmu komunikasi*, (Bandung: Remaja Karya, 2010), hlm,11.12.

Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan tingkah laku dari suatu masyarakat, karena kedudukan media massa dalam masyarakat sangat penting. Dengan adanya media massa, masyarakat yang tadinya tidak tahu menjadi tahu. Hal itu disebabkan, media massa mempunyai jaringan yang luas dan bersifat massal sehingga informasi yang tersebar di masyarakat tidak hanya orang-perorang tetapi sudah mencakup jumlah puluhan, ratusan, bahkan ribuan pembaca, sehingga pengaruh media massa sangat terasa.

Informasi menjadi salah satu kebutuhan masyarakat saat ini, sesuai dengan perkembangan zaman informasi yang dibutuhkan dapat di peroleh melalui media, karena media merupakan alat untuk menyampaikan informasi.³ Media sebagai salah satu alat informasi harus menjalankan fungsinya dengan baik, yaitu menyampaikan informasi yang aktual dan faktual, salah satu media yang kini menjadi peminat bagi masyarakat ialah media *online*. Dimana media *Online* menyajikan informasi melalui jaringan internet.

Perkembangan media *online* di Indonesia pertama kali muncul di internet oleh Republik *online* www.republika.co.id pada Agustus 1994, kemudian disusul oleh awak media Tempo Group karena majalahnya dibredel pada masa Orde Baru, maka dari itu muncul tempointeraktif.com sekarang tempo.com, dan kemudian disusul

³ *Ibid*, hlm. 13.

dengan media-media lainnya. Namun pelopor media *online* yang menjadi pakem media *online* di Indonesia adalah Detik.com (www.detik.com).⁴

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi dan kebutuhan masyarakat akan informasi, perkembangan media online semakin pesat dan banyak diminati oleh masyarakat, oleh karena itu media *online* banyak bermuculan baik itu media *online* yang bersifat nasional maupun daerah.

Kehadiran media *online* membuat informasi atau berita yang disebarakan menjadi lebih cepat dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun oleh masyarakat pengguna internet, Internet merupakan salah satu teknologi jagat baru yang menawarkan berbagai kemudahan untuk berkomunikasi dan penyebaran informasi.

Munculnya media *online* sangat bermanfaat bagi setiap elemen masyarakat, termasuk juga generasi milenial yang sehari-harinya tidak bisa diajuhkan dari jaringan internet dan *gadget*, dengan adanya media *online* mereka dapat mengaksesnya melalui *gadget* yang mereka miliki, media *online* juga memberikan informasi beragam yang mereka butuhkan. Maka kehadiran media *online* sangat tepat bagi penunjang kebutan generasi milenial di era modern.

Fungsi media *online* yang beragam, sangat bermanfaat bagi kehidupan masyarakat, salah satunya menjadi media untuk mempromosikan pariwisata daerah yang selama ini kurang terekploitasi oleh media lainnya. Secara etomologis pariwisata berasal dari bahasa sansekerta, yaitu pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar,

⁴ <http://Kompasiana.com> pada tanggal 27 Maret 2018 pukul 19.00 WIB

dan wisata berarti perjalanan atau berpergian.⁵ Jadi yang dimaksud pariwisata adalah tempat wisata yang bisa dikunjungi berkali-kali, karena biasanya tempat wisata menjadi ciri khas didaerah masing-masing yang memiliki tempat wisata yang menetap.

Selama periode Januari 2017 hingga Juli 2018 Google Indonesia menemukan fakta bahwa sejumlah destinasi wisata yang populer di internet di pencarian Google *Search*, yaitu Malang Labuan Bajo dan Sumba. Kota Malang yang mudah dijangkau dan banyaknya objek wisata menjadi alasan mengapa kota tersebut menarik untuk dijadikan destinasi berlibur, sementara Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur, terkenal berkat keindahan alamnya dan penampakan reptil purba komodo. Dan Pulau Sumba yang juga terletak di NTT menjadi tempat tujuan destinasi menarik wisatawan yang wajib dikunjungi. Wisatawan banyak mencari ketiga tempat tersebut dalam menggunakan jaringan internet.⁶

Perkembangan dan penyampaian informasi melalui media *online* sangatlah dibutuhkan dalam menyampaikan informasi tentang pariwisata untuk meningkatkan pariwisata yang ada disuatu daerah, seperti di Lahat (Sumatera Selatan) yang banyak memiliki potensi wisata salah satunya wisata alam yang ada di kecamatan Gumay Ulu kabupaten Lahat yaitu wisata Curug Maung. Wisata Curug Maung merupakan

⁵ Scmool, G.A, *Op.Cit*, hlm, 40.

⁶ <http://cnnindonesia.com> pada tanggal 12 Desember 2018 pukul 16.00 WIB

salah satu objek wisata yang ada di Kabupaten Lahat selain Curug Buluh, Curug Nyawe dan Sungai Lematang.⁷

Pengembangan objek pariwisata tidak lepas dengan adanya faktor penghambat. Beberapa permasalahan yang menyebabkan kurangnya daya tarik wisata terhadap objek wisata yang ada di Kabupaten Lahat belum tertata dengan baik, berbagai macam potensi wisata maupun sarana dan prasarana objek wisata di Kabupaten Masih terbilang rendah, karena kurangnya perkembangan, pengelolaan, dan perawatan terhadap potensi pariwisata.⁸

Perkembangan pariwisata harus benar-benar diperhatikan oleh pemerintah dan semua elemen masyarakat, karena dengan berkembangnya pariwisata daerah akan memberikan banyak dampak yang positif bagi pemerintah dan masyarakat, oleh karena itu pemerintah daerah harus mempunyai strategi yang jitu agar pariwisata daerah semakin berkembang dengan pesat.

Sebagai salah objek pariwisata yang ada dikabupaten Lahat, Curug Maung haruslah benar-benar diperhatikan terutama fasilitas penunjang seperti, Jalan, keamanan dan fasilitas penunjang lainnya agar jumlah pengunjung meningkat. Pemerintah daerah seharusnya tidak hanya menuntut agar pariwisata diminta oleh banyak orang namun pemerintah daerah tidak memperhatikan fasilitas penunjang pariwisata yang tidak kalah pentingnya.

⁷ *Ibid*, hlm. 107

⁸ Scmool, G.A. *touris promotion*, tourism internasional press, lan don, 2007. Hlm, 30.

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan pengkajian lebih mendalam tentang: **“Peran Media Lahat *Online* Dalam Peningkatan Pariwisata Curug Maung Di Lahat Pada Periode 2017”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Peran Media Lahat *Online* terhadap peningkatan pariwisata Curug Maung di Kabupaten Lahat?
2. Bagaimana strategi Media Lahat *Online* dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Kabupaten Lahat?
3. Apa saja yang menjadi hambatan Media Lahat *Online* untuk membantu mengembangkan pariwisata daerah Kabupaten Lahat?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana peran Media Lahat *Online* dalam meningkatkan pariwisata Kabupaten Lahat.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi Media Lahat *Online* dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Kabupaten Lahat.
3. Untuk mengetahui yang menjadi hambatan Media Lahat *Online* untuk membantu pengembangan pariwisata daerah Kabupaten Lahat.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi ilmu pengetahuan, khususnya dibidang jurnalistik dan komunikasi, serta dapat dijadikan, sebagai referensi dan rujukan bagi mahasiswa jurnalistik dan komunikasi untuk tujuan penelitian berikutnya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis selain untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana, juga sebagai bukti keilmuan yang diperoleh peneliti selama menjalani proses perkuliahan. Penelitian ini juga manfaat untuk masyarakat khususnya mahasiswa jurusan jurnalistik dan komunikasi tentang peran media massa terhadap peningkatan jumlah pariwisata di Lahat. Penelitian ini bermanfaat bagi media lahut online sebagai proses pengkoreksian redaksi mereka, sehingga kedepanya menjadi lebih baik. Serta meningkatkan kesadaran kepada seluruh masyarakat khususnya lahut agar selalu meningkatkan sektor pariwisata secara bersama-sama.

E. Tinjauan pustaka

Untuk menghindari terjadinya kesamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya, maka perlunya adanya penelusuran skripsi terdahulu.

Pertama, Agus Tiawan, "peran media massa terhadap peningkatan pemberitaan kebudayaan di Kaganga.com", Hasil penelitiannya adalah bagaimana peran media massa khususnya peran kaganga.com dalam melastarikan budaya lokal

belum berjalan dengan maksimal.⁹ Persamaan dalam penelitian ini dengan yang akan dilakukan peneliti adalah meneliti tentang peran media massa.

Kedua, Elfi Mingkid, “*Penggunaan Media Komunikasi promosi Pariwisata Oleh Pemerintah Kota Manado*”, Hasil penelitiannya adalah dengan kurangnya akses informasi yang menyangkut potensi pariwisata maupun kegiatan-kegiatan pemerintah kota dalam bidang pariwisata menunjukkan pada tidak di fungsikanya media komunikasi dalam menunjang kegiatan yang berkaitan dengan promosi pariwisata.¹⁰ Persamaan dalam penelitian ini dengan yang akan dilakukan peneliti adalah meneliti tentang media massa dan pariwisata.

Ketiga, Dan Sahrul Gunawan, “*Peran Media Detik.com di Kalangan Civitas Akademik FDK UINAM*”, hasil penelitiannya adalah keberadaan media online detik.com sangat berperan penting bagi civitas akademik FDK dalam mengembangkan pengetahuanya, serta kreatifitasnya dan dijadikan bahan riferensi pembelajaran dan penyebaran informasi yang bersifat *up to date* dan *real team*.¹¹ Persamaan penelitian ini dengan yang akan dilakukan peneliti adalah menggunakan metode peran.

Keempat, Kadek Dwi Cahya Putra, dengan judul “*Strategi Public Relations pariwisata Bali*”. Hasil Penelitiannya menyatakan bahwa *Public Relations* Pariwisata Bali harus mengambil langkah khusus untuk menjaga nama baik Pariwisata Bali

⁹ Tiawan Agus, *Peran Media Massa Terhadap Pelestarian Kebudayaan Sumatera Selatan*, (Palembang: 2017)

¹⁰ Mingkit Elfi, *Penggunaan Media Komunikasi Pariwisata Oleh Pemerintah Kota Manado*, (Manado: 2015)

¹¹ Gunawan Sahrul, *Peran Media Detik.com di Kalangan Akademik FDK UINAM*, (Manado: 2017)

seperti meningkatkan hubungan dengan media dan kerjasama antara organisasi pariwisata.¹² Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah menggunakan pariwisata sebagai objek yang dibahas.

Kelima, Ida Riaeni, "Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Inodoesia". Hasil penelitiannya adalah penggunaan *new media* sebagai alat untuk mempromosikan pariwisata harus ditingkatkan lagi agar semakin berkembang.¹³ Persamaan yang ada dalam penelitian ini adalah menggunakan media sebagai alat untuk mempromosikan pariwisata.

F. Kerangka Teori

1. Media/ Media Massa

Secara etomologis, kata 'media' merupakan bentuk jamak dari "medium" yang berasal dari bahasa latin 'medius' yang berarti tengah. Sedangkan dalam bahasa Indonesia, kata 'medium' dapat diartikan sebagai 'antara' atau sedang sehingga pengertian media dapat mengarah pada suatu yang mengantar atau meneruskan informasi (pesan) anantara sumber pemberi pesan dan penerima pesan.¹⁴

Media massa merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan, bukan hanya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tatacara, mode, gaya hidup dan norma-norma. Media

¹² Putra Cahya Dwi, *Strategi Public Relations Pariwisata bali* (Bali: 2013), hlm.7

¹³ Ida riaeni, *Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia* (Cirebon: 2015), hlm.45

¹⁴ *Ibid*, hlm. 7.

massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat , oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangat penting. Dengan adanya media massa, masyarakat yang tadinya dapat dikatakan tidak beradab dapat menjadi masyarakat yang beradab. Hal itu disebabkan, oleh karena media massa mempunyai jaringan yang luas dan bersifat massal sehingga masyarakat yang retusan, bahkan ribuan pembaca, sehingga pengaruh media massa akan sangat terlihat di permukaan masyarakat.¹⁵

2. Media Online

Media *online* (online media) disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media*, dan *new media* (media baru), dapat diartikan sebagai media tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Pedoman pemberitaan *Media Siber* (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media siber sebagai “segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan standar perusahaan Pers yang ditetapkan dewan Pers”. Media *online* bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) koran, tabloid, majalah, buku-buku dan media elektronik (electronic media) radio, televisi, film dan video.¹⁶

Media *online*, pada era globalisasi telah menambah pemendeharaan media baru (*new media*) untuk menolong para pembacanya. Inilah salah satu

¹⁵ Aria Aditya, Setiawan, *Peran Media Massa Dalam Meningkatkan Kualitas Kepemerintahan Lokal Berbasis Human Security Di Kota Jayapura*, hlm.1

¹⁶ *Ibid*, hlm. 56.

produk informasi yang telah berhasil merambah dunia baru melalui jaringan internet. Akses jaringannya yang cepat, murah, dan mudah seolah-olah menghipnotis *public* untuk bergantung pada media ini, khususnya untuk memperluas jaringan serta referensi bagi para penggunanya. Kebutuhan masyarakat sangat tertolong melalui media *online*.¹⁷ Media *online* merupakan produk jurnalistik online atau *cyber journalism* yang didefinisikan sebagai “laporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”.¹⁸

Jurnalistik sangat erat kaitannya dengan jurnalisme, Jurnalisme sendiri berarti bidang disiplin dalam mengumpulkan, melaporkan, dan menganalisis data fakta atau informasi yang mengenai kejadian aktual dan melaporkannya ke khalayak. Orang yang mempraktekan kegiatan jurnalistik disebut jurnalis atau wartawan. *Online* merupakan istilah bahasa dalam internet yang artinya sebuah informasi yang dapat diakses dimana saja selama ada jaringan internet. Oleh sebab itu jurnalisme *online* adalah perubahan baru dalam ilmu jurnalistik. Laporan jurnalistik dengan menggunakan teknologi internet maka disebut dengan media *online* yang menyajikan informasi cepat dan mudah diakses dimana saja dan kapan saja.¹⁹

¹⁷Asef Saeful Muhtadi, *Pengantar Ilmu Jurnalistik*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), hlm.77.

¹⁸Asef Syamsul M. Romli, *Pengertian Media Online*, (Jakarta: Jurnalistik Online, 2012), hlm.11.

¹⁹Akbar Ali, *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*, (Bandung: Penerbit M2S, 2005). hlm,13

Persepektif studi media atau komunikasi massa, media *online* menjadi objek kajian teori media baru atau *new media*. Yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi / informasi) kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas serta konten media dan juga aspek generasi “*real time*”.

Karakteristik sekaligus keunggulan media online dibandingkan media konvensional (cetak/elektronik) identik dengan karakteristik jurnalis *online*, antara lain:²⁰

- 1) Multimedia: Dapat membuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- 2) Aktualitas: Berisi info aktual, karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- 3) Cepat: Begitu diposting atau *diupload*, langsung bisa diakses oleh semua orang
- 4) Update: Pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan. Kita belum menemukan istilah “*ralat*” di media online sebagaimana sering muncul di media cetak. Informasi pun disampaikan secara terus menerus.
- 5) Kapasitas Luas: Halaman *website* bisa menampung naskah sangat panjang.
- 6) Fleksibilitas Luas: Pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan di mana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja, bisa setiap saat.
- 7) Luas: Menjangkau seluruh dunia yang bisa menjangkau internet.
- 8) Interaktif: Dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.
- 9) Terdokumentasi: Informasi tersimpan di “*bank data*” (arsif) dan dapat ditemukan melalui “*link*”, “*artikel terkait*” dan fasilitas “*cari*” (*search*)
- 10) *Hyperlinked*: Terhubung dengan sumber lain (*links*) yang berkaitan dengan informasi tersaji.

Ada juga karakter media online yang menjadi kekurangan atau kelemahannya, di antaranya:²¹

- 1) Ketergantungan pada perangkat komputer dan koneksi internet. Jika tidak ada aliran listrik, baterai habis dan tidak ada koneksi internet, dan koneksi browser, maka media online tidak bisa diakses.

²⁰ Asef Syamsul M. Romli, *Op.Cit*, hlm. 18.

²¹ *Ibid*, hlm, 22.

- 2) Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh mereka yang tidak memiliki keterampilan menulis sekalipun dapat menjadi pemilik media online dengan isi berupa “*copy paste*” dan informasi situs lain.
- 3) Adanya kecenderungan mata mudah lelah saat membaca informasi media *online*, khususnya naskah yang panjang.
- 4) Akurasi sering terabaikan karena mengutamakan kecepatan, berita yang dimuat di media online biasanya tidak seakurat media cetak, utamanya dalam hal penulisan kata (salah tulis).²²

3. Pariwisata

Pariwisata, yang berasal dari akar kata wisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, mendefinisikan wisata sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, mengembangkan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjungi.²³ Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama yang dapat dikembangkan sebagai bidang-bidang kajian yang menarik. Bidang-bidang akan terus berkembang diwaktu-waktu yang akan datang sejalan dengan perkembangan kompleksitas kajian dikomunikasi pariwisata. Bidang-bidang dimaksud adalah komunikasi pemasaran pariwisata, komunikasi visual pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, komunikasi online pariwisata, *public relation* dan MICE, dan riset komunikasi pariwisata.²⁴

a. Bidang Komunikasi Pemasaran Pariwisata

²² Asef Syamsul, *Jurnalistik Online*, (Jakarta, Nuansa Cendekia, 2012), hlm. 31-33.

²³ Bugaran Antonius, Flores Tanjung, Rosramadhana Nasution, *Sejarah Pariwisata*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), hlm.2.

²⁴ Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata* (Bandung: Gramedia, 2014), hlm. 85-86.

Bidang komunikasi pariwisata (*tourism communication marketing*) atau disingkat (TCM) bidang TCM. Mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan 4P, 7P, *Communication Mix, Marketing, Mix*, dan hal ihwal tentang TCM . bidang ini adalah bidang yang secara utuh membicarakan TCM dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks-konteks spesialis.

b. Brand Destinasi

Brand destinasi adalah kajian tentang brand destinasi dalam konteks brand produk destinasi, di mana brand destinasi adalah media dan pesan itu sendiri di dalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya di dalam konteks pemasaran pariwisata. Selain dikaji pula bagaimana konstruksi sosial brand destinasi, dengan pemasaran pariwisata, brand dengan SDM dan kelembagaan pariwisata.²⁵

c. Industri Pariwisata

Industri pariwisata cakupannya luas, jika pariwisata disuatu daerah cukup luas, sebab jika pariwisata di suatu daerah sudah berkembang, kegiatan ini bisa diartikan yang sanggup menarik sejumlah gerbong berbagai kegiatan di ilir dan di sektor hulu, sehingga sifatnya berefek ganda (*multiplier effect*), disinilah

²⁵Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata, Pemasaran Dan Brand Destinasi*, (Jakarta: Pranamedia Group, 2015), hlm. 94-95.

keunggulan dari kegiatan pariwisata yang berimplikasi pada berbagai sektor ekonomi dan bisnis.²⁶

d. Pengaturan Pariwisata Indonesia

UUK lama merupakan landasan utama yang menjadi pedoman pelaksanaan dan pengembangan kepariwisataannya. Undang-undang tersebut disusun tahun 1990, suatu periode ketika tatanan dan kondisinya secara definisi sangat berbeda dengan kondisi saat ini, baik kondisi nasional dan kondisi internasional. Undang-undang kepariwisataan yang baru di Indonesia diharapkan dapat dilaksanakan sesuai dengan kondisi saat ini, sehingga tidak menjadi gagap ketika berhadapan dengan pengaturan kepariwisataan internasional.²⁷

e. Definisi Pemasaran Pariwisata.

Proses manajerial yang mengantisipasi dan memuaskan keinginan pengunjung yang ada dan calon pengunjung secara lebih efektif dari pemasok atau destinasi pesaing. Perubahan manajemen dipacu oleh laba dan manfaat bagi masyarakat atau keduanya, sukses jangka panjang tergantung dari interaksi antara pelanggan dan pemasok. Ini juga berarti menyelamatkan kebutuhan lingkungan dan masyarakat serta inti dari kepuasan konsumen.²⁸

1) Dimensi dan karakteristik wisatawan

²⁶Arjana dan I Gusti Bagus, *Geografi Pariwisata dan ekonomi kreatif*, (Jakarta: Rajagrafindo Perasada, 2015), hlm.14.

²⁷Violetta Simatupang, *Pengaturan Hukum Kepariwisata Indonesia* (Bandung: Alumni, 2009), hlm.47.

²⁸Francois Vellas dan Lionel Becharel, *Pemasaran Pariwisata Internasional*, sebuah pendekatan strategis (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), hlm.12.

Secara sederhana wisatawan adalah orang yang menempuh perjalanan untuk tujuan rekreasi disuatu waktu dan tempat tertentu. Definisi tersebut menunjukkan bahwa seseorang dapat dikatakan sebagai wisatawan dengan merujuk beberapa dimensi dan karakteristik berikut.²⁹

- a) Dimensi Waktu, dimensi ini merujuk pada lamanya seorang melakukan perjalanan. Berdasarkan dimensi, wisatawan dapat dikategorikan sebagai *excursionist* jika seseorang melakukan perjalanan tidak lebih dari satu Dimensi hari.
- b) Ruang dan Jarak (Spesial), dimensi ini merujuk pada jarak yang ditempuh oleh seorang untuk menuju suatu destinasi wisata, misalnya lokal, regional, nasional, atau internasional. Dalam dimensi ini kita dikenalkan pada istilah *short haul* dan *long haul destination*.
- c) Dimensi Tujuan Wisata, dimensi ini merujuk pada motivasi atau latar belakang seseorang dalam melakukan perjalanan. Jika sepanjang perjalanan yang dilakukan oleh seseorang adalah untuk *leisure and pleasure*, mereka dapat dikategorikan sebagai wisatawan. Namun, jika latar belakang seseorang dalam melakukan perjalanan adalah sebagai bagian dari tugas militer atau diplomasi, perjalanan mereka tidak dapat dikategorikan sebagai perjalanan wisata.³⁰

²⁹ *Ibid.* hlm.14.

³⁰Rimsky K Judisseno, *Aktivitas Dan Kompleksitas Kepariwisata*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017) hlm, 14-15.

Pariwisata Curug Maung adalah satu dari 76 curug atau air terjun yang ada di kecamatan Gumay Ulu, Kabupaten Lahat, Sumatera Selatan. Selain Sungai Lematang, Curug atau Air Terjun Maung adalah salah satu daya tarik kota Lahat yang terkenal. Curug Maung memiliki keunikan yang jarang dimiliki oleh air terjun lainnya. Air terjun ini memiliki ketinggian mendekati 80 meter. Sepanjang 80 meter tersebut curug Maung terbagi-bagi oleh dinding jurang dan rumputan yang hijau. Inilah yang membuat curug Maung nampak indah dan memukau.

G. Metode Penelitian

Metodologi penelitian berasal dari kata metode yang artinya cara tepat untuk melakukan suatu dan *Logos* yang artinya ilmu pengetahuan. Jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan dan menganalisis hingga menyusun laporannya.³¹

Metode penelitian adalah anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian. Misalnya, peneliti mengajukan asumsi bahwa sikap seseorang dapat diukur dengan menggunakan skala sikap. Dalam hal ini, tidak perlu membuktikan kebenaran hal yang di asumsikannya itu, tetapi langsung memanfaatkan hasil pengukuran sikap yang diperolehnya. Asumsi dapat bersifat substantik atau metodologis. Asumsi substantik berhubungan

³¹Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm.1.

dengan permasalahan penelitian, sedangkan asumsi metodologis berkenaan metologi penelitian.³²

Sebagian ilmu menerjemahkan peneltian kualitatif sekedar penelitian deskriptif, tanpa angka angka, tanpa usaha untuk membangun proposisi, modal, atau teori (secara induktif) berdasarkan data yang diperoleh dilapangan. Sehingga mereka tidak ragu-ragu menggabungkan penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif. Dengan asumsi demikian, kedua jenis penelitian tersebut memang dapat dikombinasikan. Namun pengertian kita mengenai penelitian kualitatif itu mengisyaratkan paradigma tertentu yang berbeda dengan penelitian kuantitatif.³³

Format *design* penelitian kualitatif secara teoritis berbeda dengan format penelitian kuantitatif. Namun perbedaannya terletak pada kesulitan didalam membuat *design* penelitian kualitatif itu sendiri, karena umumnya penelitian kualitatif yang tidak berpola. Kesulitan membuat *design* penelitian kualitatif di sebabkan karena antara lain :³⁴

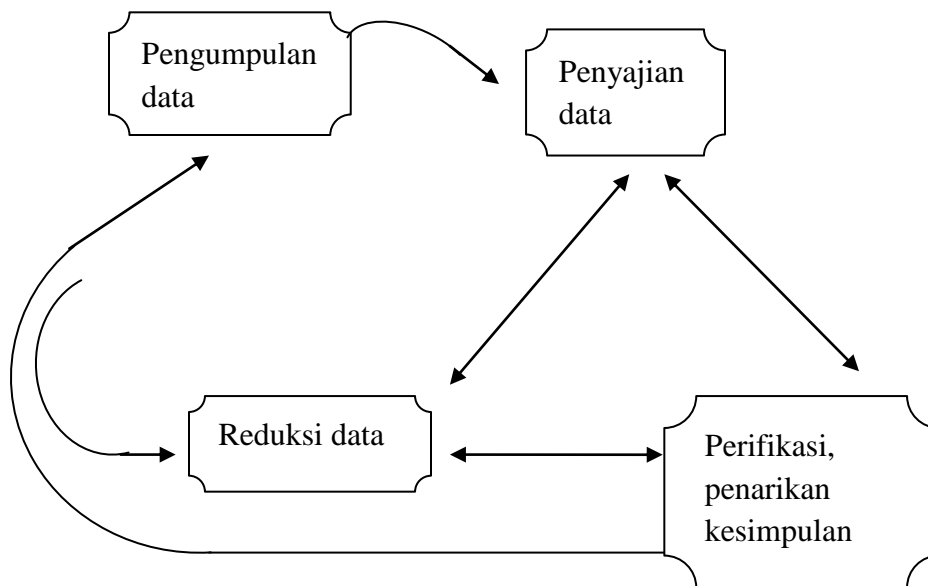
1. *Design* penelitian kualitatif, yang mana peneltilah yang paham pola penelitian yang akan dilakukan.
2. Masalah penelitian kualitatif yang amat beragam dan kasuistik, sehingga sulit membuat kesamaan design penelitian yang bersifat umum, karena itu cenderung *design* penelitian kualitatif bersifat kasuistik.

³²Juliansyah Nur, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Prenamedia Group, 2012), hlm.254.

³³ Deddy Mulyana, Solatun, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm.7-8.

³⁴ *Ibid*, hlm. 10.

3. Ragam ilmu sosial yang fariannya bermacam-macam sehingga memiliki tujuan dan kepentingan yang berbeda-beda pula terhadap penelitian kualitatif. Untuk penelitian kualitatif.³⁵ Banyak metode analisis data. Miles dan Huberman (1994) dalam bukunya “*Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*” menjelaskan secara umum, proses analisis dan kualitatif melibatkan empat proses penting.³⁶



Peneliti ini menggunakan penelitian metode kualitatif. Penelitian kualitatif mencari makna, pemahaman, pengertian, *verstehen* tentang suatu fenomena, kajian maupun kehidupan manusia dengan terlibat langsung dan tidak langsung dalam *setting* yang diteliti, kontekstual, dan menyeluruh. Peneliti bukan mengumpulkan data sekali jadi atau sekaligus dan kemudian mengolahnya, melainkan tahap demi tahap

³⁵ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm.66-67.

³⁶Nanang Martono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2015), hlm.11.

dan makna disimpulkan selama proses berlangsung dari awal sampai akhir kegiatan, bersifat *narrative*, dan holistik.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah dengan cara pendekatan kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika, prinsip angka atau sesuatu hal yang digunakan seperti penelitian kuantitatif.

2. Sumber Data

- a. Data Primer, merupakan data yang diperoleh dari sumber data pertama dilapangan. Dalam penelitian ini data primernya yaitu media Lahat Online dan masyarakat sekitar.
- b. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh dari sumber kedua. Data sekunder ini untuk melengkapi data primer, dan biasanya data sekunder ini sangat membantu peneliti bila data primer terbatas atau sulit diperoleh.

3. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi atau pengamatan langsung dilakukan pada teks, dan observasi langsung ke wisata Curug Maung yang akan diteliti, serta observasi pada penelitian ini adalah pengamatan terhadap jumlah wisatawan curug maung.
- b. Wawancara dilakukan sebagai metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari media Lahat Online
- c. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan, membaca dan mempelajari berbagai bentuk data tertulis (buku, majalah, jurnal) yang terdapat di

perpustakaan, internet atau instansi lain yang dapat digunakan dalam penelitian ini serta data yang didapat oleh peneliti dari Media Lahat Online.

4. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara merorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih yang mana yang penting dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.³⁷

a. Redaksi Data

Redaksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat dan diverifikasi. Maka dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari dari Wartawan Lahat Online secara sistematis agar memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Begitupun data yang diperoleh dari *informan* pelengkap disusun secara sistematis agar memperoleh gambaran yang sesuai dengan tujuan penelitian.

³⁷ Sugiono, *Metode Penelitian dan Pendekatan Kuantitatif dan Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta), hlm. 335.

b. Penyajian Data

Penyajian data sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data yang sudah diproduksi dan diklasifikasi berdasarkan kelompok masalah yang diteliti, sehingga memungkinkan adanya penarikan kesimpulan atau verifikasi. Data yang disusun secara sistematis pada tahapan reduksi data, kemudian dikelompokkan berdasarkan pokok permasalahan hingga peneliti dapat mengambil kesimpulan.

c. Verifikasi

Verifikasi adalah suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan atau peninjauan kembali serta tukar pikiran diantara teman sejawat untuk mengembangkan “kesepakatan intersubjektif” atau juga upaya-upaya luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Makna-makna yang muncul dari data yang harus diuji kebenarannya, kekokohan dan kecocokan yang merupakan validitasnya.

Memudahkan dalam pengecekan apakah semua data yang diperlukan sudah lengkap, maka dilakukan penyusunan dan pengelompokan menurut jenisnya masing-masing, dan penelitian ini tidak menggunakan penelitian kuantitatif yang menggunakan angka dan angket.

H. Sistematika Pembahasan

Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk karya tulis ilmiah yang terdiri dari lima Bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang meliputi: Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Kajian Teori yang menjelaskan mengenai kajian teoritis mengenai komunikasi massa, komunikasi pariwisata dan peran Media Lahat Online dalam meningkatkan pariwisata Curug Maung.

Bab III Gambaran Umum Media Lahat *Online* menjelaskan sejarah berdiri dan berkembangnya Media Lahat *Online*, visi misi dan struktur redaksi Media Lahat *Online*, alur kinerja redaksi terkhusus pada Rubrik Pariwisata.

Bab IV Hasil Penelitian penjelasan yang berisi hasil penelitian yang diperoleh peneliti.

Bab V Penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.