

# FUNGSI KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM KEPARIWISATAAN

**Neni Efrita<sup>1</sup>**

## ABSTRACT

*Tourism role in the economic development seen from the figures always show a statistically significant increase. But tourism is not only economic issues but also social problems of culture, politics and so on. Tourism is a multi-complex systems with various aspects are interrelated and influence each other among fellow. In addition to acting as economic driver tourism activities also provide opportunities to create business field. nature preserve, not destroy the environment. This development is characterized by an increasing number of tourist arrivals and tourist arrivals are expected to continue increasing frequency. Developing tourism because of the movement of people in search for something that did not already know, exploring a new area, looking for a change of atmosphere or to get a new experience in the goal area. Tourists who come to the tourist destination partly driven by curiosity to know, to know or to learn the culture of the region and local communities. During his stay in the tourist destination will definitely interact with people directly involved with servicing the needs of tourists. Interaction between intercultural in tourism activity is strongly influenced by socio-cultural systems of both parties. Besides interaction between cultures that they do have a function - for their own function, there to express identity / social, social integration, to increase knowledge and others. Intercultural communication in tourism is very unique, because every communication activities*

---

<sup>1</sup> Dosen Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol Padang

*performed its function will vary according to the communication situations that occur.*

***Keywords:*** komunikasi, komunikasi antarbudaya, pariwisata

---

### **A. Pendahuluan.**

Sumatera Barat merupakan salah satu dari lima Wilayah Tujuan Wisata Utama (WTWU) selain Sumatera Utara, Yogyakarta, Bali dan Sulawesi Selatan. Sebagai salah satu daerah tujuan wisata utama, pemerintah Sumatera Barat selalu berusaha mengembangkan kepariwisataan melalui pendekatan sistem yang utuh dan terpadu bersifat interdisipliner dan partisipatoris dengan menggunakan kriteria ekonomis, teknis, ergonomis, sosio budaya, hemat energy, melestarikan alam dan tidak merusak lingkungan.

Pembangunan di bidang pariwisata mengalami perkembangan yang sangat pesat sekali sehingga pariwisata di Sumatera Barat merupakan industry baru yang sanggup menempatkan diri sejajar dengan komoditi ekspor migas dan non migas lainnya dalam menanggulangi masalah ekonomi.

Sehubungan dengan pengembangan kepariwisataan tersebut maka pemerintah Sumatera Barat telah mendirikan objek wisata ditempat tempat tertentu, melestarikan nilai-nilai budaya masyarakat Minangkabau dengan selalu menampilkan attraksi budaya masyarakat disetiap event kepariwisataan, mempertahankan nilai-nilai luhur budaya dengan selalu perpegang pada idiom masyarakat Minangkabau “ *Adat basandi syarak, syarak basandi Kitabullah*” (adat bersendikan agama, agama bersendikan kitabullah/Al-quran).

Sumatera Barat yang lebih di kenal dengan Minangkabau, senantiasa menarik perhatian wisatawan asing, karena walaupun masyarakatnya dominan beragama Islam tetapi tata kehidupan dalam masyarakat adat mereka menggunakan

sistem matrilineal, Minangkabau sangat sarat makna simbolis, dan simbolisasi ini terutama terungkap melalui penampilan dan pemakaian kain tradisionalnya ( pakaian adat), ukiran rumah adat ( rumah gadang) dan penampilan attraksi seni budaya lainnya dengan demikian kebudayaan masyarakat Minangkabau merupakan salah satu modal dasar pengembangan pariwisata Sumatera Barat, karena Sumatera Barat memiliki kebudayaan yang unik yang berbeda dengan masyarakat lainnya. Keunikan budaya masyarakat Minangkabau antara lain terdapat dalam kuliner yaitu rendang, rumah adat yang bergonjong, garis keturunan yang matrilineal, *adat basandi sarak, sarak basandi kitabullah* dan pelaksanaan budaya dan adat di setiap daerah tidak sama antara satu nagari dengan nagari lainnya yang ada di Minangkabau.

Keunikan kebudayaan masyarakat Minangkabau akan mampu menarik wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata di daerah tujuan wisata Sumatera Barat maka masyarakat Minangkabau akan selalu mengembangkan kepariwisataan dengan budaya masyarakat mereka sehingga budaya masyarakat Minangkabau dikenal diseluruh dunia.

Periwisata di Sumatera Barat khususnya di Kota Bukittinggi tidak hanya ditargetkan sebagai penghasil utama Pendapatan Daerah tetapi juga diharapkan berperan sebagai penggerak kegiatan ekonomi rakyat, penciptaan lapangan usaha, melestarikan alam dan tidak merusak lingkungan. GBHN 2000 menggariskan bahwa Pengembangan pariwisata melalui pendekatan system yang utuh dan terpadu bersifat interdisipliner dan partisipatoris dengan menggunakan kriteria ekonomis, tehnik, ergonomis, social budaya, hemat energy, melestarikan budaya dan tidak merusak lingkungan.

Pembangunan di bidang pariwisata mengalami perkembangan yang sangat pesat sekali sehingga pariwisata di

Kota Bukittinggi pun merupakan industry baru yang sanggup menempatkan diri sejajar dengan komoditi ekspor migas dan non migas lainnya dalam menanggulangi masalah ekonomi.

Sehubungan dengan pengembangan kepariwisataan tersebut maka pemerintah Kota Bukittinggi telah mendirikan objek wisata ditempat tempat tertentu, melestarikan nilai-nilai budaya masyarakat Minangkabau dengan selalu menampilkan atraksi budaya masyarakat disetiap event kepariwisataan, mempertahankan nilai-nilai luhur budaya dengan selalu perpegang pada idiom masyarakat Minangkabau “ *Adat basandi syarak, syarak basandi Kitabullah*” (adat bersendikan agama, agama bersendikan kitabullah/ Al-quran).

Bukittinggi ditetapkan sebagai kota Wisata dan sekaligus Kota Tujuan Wisata Propinsi Sumatera Barat pada tanggal 11 Maret 1984, Bukittinggi dicanangkan sebagai Kota Wisata dan Daerah Tujuan Wisata Utama di Sumatera Barat pada bulan Oktober 1987 dan ditetapkan sebagai daerah Pengembangan Pariwisata Propinsi Sumatera Barat dengan Perda Nomor : 25 tahun 1987. (Berita resmi Pemerintahan Kota Bukittinggi Propinsi Sumatera Barat)

Bukittinggi memiliki julukan sebagai "kota wisata" karena banyaknya objek wisata yang terdapat di kota ini. Lembah *Ngarai Sianok* merupakan salah satu objek wisata utama. Taman Panorama yang terletak di dalam kota Bukittinggi memungkinkan wisatawan untuk melihat keindahan pemandangan *Ngarai Sianok*. Di dalam Taman Panorama juga terdapat gua bekas persembunyian tentara *Jepang* sewaktu Perang Dunia II yang disebut sebagai “*Lobang Jepang*”.

Di Taman *Bundo Kanduang* terdapat replika *Rumah Gadang* yang berfungsi sebagai *museum* kebudayaan *Minangkabau*, kebun binatang dan benteng *Fort de Kock* yang dihubungkan oleh jembatan penyeberangan yang disebut *Jembatan Limpapeh*.

Jembatan penyeberangan Limpapeh berada di atas Jalan A. Yani yang merupakan jalan utama di kota Bukittinggi

Pasar Atas berada berdekatan dengan *Jam Gadang* yang merupakan pusat keramaian kota. Di dalam Pasar Atas yang selalu ramai terdapat banyak penjual *kerajinan bordir* dan makanan kecil oleh-oleh khas Sumatera Barat seperti *Karupiak Sanjai* (keripik singkong ala daerah Sanjai di Bukittinggi) yang terbuat dari singkong, serta *Karupiak Jangek* (Kerupuk Kulit) yang terbuat dari kulit sapi atau kerbau dan *Karak Kaling*, sejenis makanan kecil khas Bukittinggi yang berbentuk seperti angka delapan.

Berdasarkan potensi yang dimiliki itulah maka kota Bukittinggi dijadikan Daerah Tujuan Wisata Utama di Sumatera Barat (DTWU). Ini adalah berita yang menggembirakan, karena merefleksikan “pengakuan” dan perhatian yang cukup besar dari Pemerintah atas potensi yang dimiliki kota Bukittinggi di bidang pariwisata.

## **B. Pembahasan.**

### **1. Proses Komunikasi Antarbudaya.**

Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu ingin berhubungan dengan orang lain dengan tujuan agar dapat hidup bergaul atau bersama-sama dengan orang lain tanpa memandang perbedaan latar belakang sosial budaya. Untuk meningkatkan kehidupan bersama maka mereka berkomunikasi satu sama lain dengan menciptakan, memelihara hubungan melalui pertukaran informasi bagi pemenuhan kebutuhan hidupnya.

Komunikasi tidak bisa dipandang sekedar sebagai sebuah kegiatan yang menghubungkan manusia dalam keadaan pasif, tetapi komunikasi harus dipandang sebagai proses yang

menghubungkan manusia melalui sekumpulan tindakan yang terus menerus diperbaharui.

Komunikasi sebagai proses (itulah salah satu karakteristik komunikasi) karena komunikasi itu dinamik, selalu berlangsung dan sering berubah-ubah. Sebuah proses terdiri dari beberapa sekuen yang dapat dibedakan namun tidak dapat dipisahkan. Semua sekuen berkaitan satu sama lain meskipun dia selalu berubah-ubah. Jadi pada hakikatnya proses komunikasi antarbudaya sama dengan proses komunikasi lain, yakni suatu proses yang *interaktif* dan *transaksional* serta *dinamis*.

Komunikasi antarbudaya yang *interaktif* adalah komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan komunikan dalam dua arah / timbal balik (*two way communication*) namun masih berada pada tahap rendah (Wahlstrom, 1992). Sedangkan Hybels dan Sandra ,(1992) menyatakan apabila ada proses pertukaran pesan itu memasuki tahap tinggi, misalnya saling mengerti, memahami perasaan dan tindakan bersama maka komunikasi tersebut telah memasuki tahap transaksional (Liliweri,2003)

Komunikasi transaksional meliputi tiga unsur penting, yaitu (1) keterlibatan emosi yang tinggi yang berlangsung terus menerus dan berkesinambungan atas pertukaran pesan, (2) peristiwa komunikasi meliputi seri waktu artinya berkaitan dengan masa lalu, kini dan yang akan datang dan (3) partisipan dalam komunikasi antar budaya menjalankan peran tertentu. Sifat dinamis dari komunikasi antarbudaya di karenakan proses tersebut berlangsung dalam konteks sosial yang hidup, berkembang dan bahkan berubah-ubah berdasarkan waktu, situasi dan kondisi tertentu. Karena proses komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi antarbudaya maka kebudayaan

merupakan dinamisor bagi proses komunikasi tersebut (Liliweri, 2003).

Esensi komunikasi secara umum terletak pada “proses” yakni suatu aktifitas yang “melayani” hubungan antara pengirim dan penerima pesan melampui ruang dan waktu (Liliweri,2003:24). Komunikasi dikatakan sebagai suatu proses karena komunikasi itu dinamik, selalu berlangsung dan berubah-ubah, begitu juga dengan komunikasi antarbudaya yakni *interaktif, transaksional dan dinamis*

Mulyana mengatakan: Komunikasi antarbudaya yang interaktif adalah komunikasi yang dila kukan antara sumber dan penerima. Ini mengimplementasikan “dua orang atau lebih yang membawa latar belakang dan pengalaman unik mereka masing-masing ke peristiwa komunikasi. Latar belakang dan pengalaman mereka tersebut mempengaruhi interaksi mereka. Interaksi juga menandakan situasi timbal balik yang memungkinkan setiap pihak mempengaruhi pihak lainnya” (Mulyana dan Rakhmat, 2006).

Sementara menurut Wahlstrom (1992) Komunikasi antarbudaya yang interaktif adalah “komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dengan komunikan dalam dua arah/timbal balik ( *two way communication*) nanum masih berada pada tahap rendah” (Liliweri, 2003). Dengan demikian komunikasi antarbudaya yang interaktif dapat dikatakan komunikasi yang berlangsung diantara dua orang atau lebih yang memiliki latar belakang kebudayaan yang berbeda dalam dua arah atau timbal balik.

Setiap individu ada dalam masyarakat dan setiap masyarakat memiliki kebudayaan .Kehidupan dan dinamika sebuah masyarakat serta kebudayaan ditentukan oleh komunikasi diantara anggota masyarakat dan anggota budaya. Setiap paraktek kehidupan pada dasarnya adalah suatu

representasi budaya atau, tepatnya suatu peta atas suatu realitas (budaya) yang sangat rumit. Komunikasi dan budaya adalah dua entitas tak terpisahkan, sebagaimana yang diktakan Edward T. Hall, "budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya ( Liliweri,2003).

Bicara tentang komunikasi antarbudaya tak dapat dielakkan dari pengertian kebudayaan ( budaya ). Komunikasi dan kebudayaan tidak hanya dua kata tapi dua konsep yang tidak dapat dipisahkan ,harus dicatat bahwa "studi komunikasi antarbudaya dapat diartikan sebagai studi yang menekankan pada efek kebudayaan terhadap komunikasi (William B. Hart II, 1996), makanya Hammer (1995) meminjam pendapat Hall, mengatakan bahwa komunikasi antarbudaya memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai salah satu kajian dalam ilmu komunikasi karena: (1) secara teoritis memindahkan focus dari satu kebudayaan kepada kebudayaan yang dibandingkan, (2) membawa konsep arah makro kebudayaan ke arah mikro kebudayaan, (3) menghubungkan kebudayaan dengan komunikasi, dan (4) membawa perhatian kita kepada kebudayaan yang mempengaruhi perilaku ( Liliweri, 2003)

Komunikasi antarbudaya sebenarnya dibentuk oleh ilmu-ilmu tentang kemanusiaan, yaitu: antropologi, sosiologi, psikologi dan hubungan internasional. Oleh karena itu sebagian besar pemahaman bersumber dari ilmu-ilmu tersebut. Di antara definisi yang disampaikan oleh para ahli sesuai dengan bidang ilmu yang digelutinya, adalah: Liliweri memberikan batasan definisi yang paling sederhana dari komunikasi antarbudaya adalah menambahkan kata budaya kedalam pernyataan " komunikasi antara dua orang atau lebih yang berbeda latarbelakang kebudayaannya" atau "komunikasi antarpribadi yang di lakukan oleh mereka yang berbeda latar belakang kebudayaannya" (Liliweri, 2003), Mulyana juga



mengatakan bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi) dalam konteks komunikasi antarbudaya ia merumuskan “ semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektiflah komunikasi” (Mulyana, 2007), dan Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa dalam buku Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, *Intercultural Communication A. Reader*, menyatakan “komunikasi antar budaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaannya, misalnya antar suku bangsa, antar etnik dan ras, antar kelas sosial” dan mereka juga mengatakan bahwa “komunikasi antarbudaya terjadi di antara produser pesan dan penerima pesan yang latar belakang kebudayaannya berbeda”. (Samovar dan Porter, 1976).

Beberapa pengertian komunikasi antarbudaya tersebut membuktikan sebuah hipotesis proses komunikasi antarbudaya bahwa “semakin besar derajat perbedaan antarbudaya maka semakin besar pula kita kehilangan peluang untuk merumuskan suatu tingkat kepastian sebuah komunikasi efektif (Liliweri, 2003). Pendapat senada juga disampaikan oleh Mulyana bahwa “ komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya” (Mulyana, 2003). Dengan demikian ketika suatu masyarakat berada pada kondisi kebudayaan yang berbeda maka komunikasi antarpribadi dapat menyentuh komunikasi antarbudaya.

Baik komunikasi interaktif maupun komunikasi yang transaksional akan mengalami proses yang dinamis, karena proses komunikasi tersebut berlangsung dalam konteks sosial yang hidup, berkembang dan bahkan dapat berubah-ubah sesuai dengan situasi, waktu dan kondisi tertentu. Komunikasi

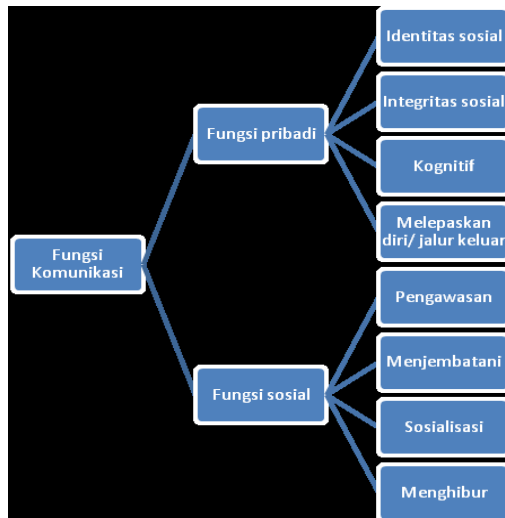
antarbudaya yang dilakukan oleh partisipan komunikasi merupakan proses komunikasi melibatkan kebudayaan sebagai dinamisator atau penghidup bagi proses komunikasi itu sendiri.

## **2. Fungsi Komunikasi Antarbudaya**

Komunikasi pada dasarnya merupakan proses sosial termasuk di dalamnya komunikasi antarbudaya, komunikasi antarbudaya dikatakan sebagai bentuk dari proses sosial karena setiap orang-orang yang terlibat dalam komunikasi itu saling berhubungan satu sama lain. Mereka merasa butuh saling berinteraksi dengan orang lain untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya tanpa orang lain mereka tidak bisa menjalani hidupnya tanpa memandang perbedaan latarbelakang sosial budaya seseorang. Hampir semua kebutuhannya dilakukan dengan saling berkomunikasi satu sama lain, membangun dan menciptakan hubungan dengan saling membagi informasi untuk memenuhi kebutuhannya itu.

Watzlawick, Beavin & Jackson menyatakan setidaknya-tidaknya sampai pada batas tertentu, berkaitan erat dengan dunia nyata atau sesuatu yang berada di luar (bersifat ekstrim) pembicara dan pendengar. Tetapi sekaligus komunikasi juga menyangkut hubungan secara umum, komunikasi antarbudaya itu mencakup fungsi pribadi dan fungsi sosial, yang termasuk fungsi pribadi adalah: Identitas sosial, integritas sosial, kognitif, melepas diri/jalan keluar. Sedangkan yang termasuk fungsi sosial adalah: Pengawasan, menjembatani, sosialisasi dan menghibur.

Identitas Sosial



**Gambar : Fungsi Pribadi dan Fungsi Sosial dari Komunikasi  
(Liliweri, 2009)**

Fungsi komunikasi antarbudaya dalam kegiatan kepariwisataan sangat bervariasi sesuai dengan aktivitas komunikasi berlangsung. Di antara fungsi komunikasi antarbudaya dalam kegiatan pariwisata di kota Bukittinggi yang penulis bahas adalah di seputar fungsi pribadi saja, karena fungsi sosial komunikasi antarbudaya dalam kegiatan kepariwisataan di kota Bukittinggi lebih banyak dilakukan oleh media massa.

### 3. Kepariwisataan.

Secara etimologi, kata “pariwisata” berasal dari bahasa Sansakerta, yang terdiri dari dua suku kata yaitu masing-masing kata “Pari” dan “Wisata”. Pari, berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap (ingat kata paripurna).” Wisata” berarti perjalanan, bepergian yang dalam hal ini sinonim

dengan kata "Travel" dalam bahasa Inggris. (Oka A Yoeti, 1996). Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata "Tour".

Pengertian pariwisata menurut para ahli di antaranya :

1. Hans Buchi menyatakan pariwisata adalah "setiap peralihan tempat yang bersifat sementara dari seseorang atau beberapa orang dengan maksud memperoleh pelayanan yang diperuntukkan bagi kepariwisataan itu oleh lembaga-lembaga yang digunakan untuk maksud tersebut" (Yoeti, 1996).
2. Saleh Wahab berpendapat bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang" dalam suatu negara itu sendiri (di luar negeri) meliputi pendiaman orang dari daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap. (Wahab, 1975)
3. Menurut Oka A Yoeti, mengemukakan pengertian pariwisata yaitu :  
"Pariwisata yaitu sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (Business) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjunginya tetapi semata-mata hanya untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam".(Yoeti, 2006)
4. Murphy memberikan batasan pariwisata adalah: " perjalanan di mana sipelaku kembali ke tempat awalnya;

perjalanan sirkuler yang dilakukan untuk tujuan bisnis, bersenang-senang, atau pendidikan, pada mana berbagai tempat dikunjungi dan biasanya menggunakan jadwal perjalanan yang terencana" (Murphy, 1985)

5. Herma V. Schular, memberikan batasan tentang pariwisata yaitu "sebagai sejumlah kegiatan perekonomian secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing keluar masuk suatu kota, suatu daerah atau suatu negara (Yoeti, 2001)

Pendapat para ahli di atas mengenai pengertian pariwisata dapat dikatakan terkait dengan : kegiatan orang-orang yang bepergian dari daerah wisatawan pergi ke daerah lain untuk mengisi waktu senggang dan untuk bersenang-senang atau rekreasi yang sifatnya sementara waktu dan tidak menghasilkan di daerah tujuan wisata. Dari kegiatan pariwisata mengandung tiga unsur penting yaitu: 1) Manusia (*Man*), yaitu orang yang melakukan perjalanan wisata yang disebut dengan wisatawan. 2) Ruang (*Space*), yaitu daerah atau ruang lingkup tempat melakukan perjalanan dan 3) Waktu (*Time*), yaitu waktu yang digunakan selama dalam perjalanan dan tinggal di daerah tujuan wisata.

Pariwisata sebenarnya bukanlah suatu yang baru, tetapi merupakan kegiatan yang sudah ada sejak dulunya. Dalam bentuknya yang sederhana pariwisata dulunya disebut dengan bertamasya dan sejalan dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi maka bentuk kegiatan pariwisata berkembang menjadi suatu kegiatan yang lebih kompleks.

Dewasa ini pariwisata telah berkembang di seluruh penjuru dunia termasuk di Indonesia dan pariwisata juga telah banyak memberikan sumbangan devisa terhadap Negara. Secara nasional perkembangan sector pariwisata menunjukkan

kemajuan yang sangat pesat. Perkembangan ini ditandai dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan diharapkan frekuensi kedatangan wisatawan terus meningkat.

Bagi Indonesia peranan pariwisata semakin terasa, terutama setelah melemahnya peranan minyak dan gas, walaupun nilai nominalnya dalam dolar sedikit mengalami fluktuasi. Kunjungan wisatawan mancanegara menunjukkan tren naik dalam beberapa dasawarsa. Tahun 1969 Indonesia hanya dikunjungi 68.067 wisman, kemudian maningkat menjadi 2.051.686 tahun 1990 dan 5.064.217 tahun 2000. Sejak tahun 1969 jumlah kunjungan wisman mengalami pertumbuhan negative sebanyak empat kali, yaitu tahun, 1982, 1998, 1999, dan 2001. Kedatangan wisman tersebut telah memberikan penerimaan devisa yang sangat besar terhadap Indonesia. Devisa yang di terima secara berturut-turut pada tahun 1996 sebesar 6,307.69 juta dollar AS, tahun 1997 sebesar 5, 321.46 juta dollar AS, tahun 1998 sebanyak 4, 331.09 juta dollar AS, tahun 1999 sebesar 4, 710.22 juta dollar AS, dan tahun 2000 adalah sebanyak 5, 748.80 juta dollar AS. (Santoso, 2001).

Peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi sudah jelas dari angka-angka statistic yang dikemukakan di atas. Tetapi pariwisata bukan hanya masalah ekonomi tetapi juga masalah social, budaya, politik dan sebagainya. Pariwisata adalah suatu sitem yang multikompleks dengan berbagai aspek yang saling terkait dan saling mempengaruhi antara sesama. Dalam dasawarsa terakhir ini pariwisata telah menjadi sumber penggerak dinamika masyarakat dan menjadi salah satu primemover dalam perubahan social budaya (Pitana, 2002).

Melihat perkembangan yang dicapai sektor pariwisata terus dipersiapkan sejalan dengan asas dan tujuan pengembangan kepariwisaisataan nasional seperti tercantum dalam UU no 9

tahun 1990 yang menyebutkan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan bertujuan untuk:

Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata, memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan rasa persahabatan antar bangsa, memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka peningkatan kesejahteraan dan memakmurkan rakyat (Dirjen, 2007).

Sesuai dengan tujuan yang akan dicapai, berbagai program digalakkan seperti pembangunan objek dan daya tarik baru bagi wisatawan. Dalam pengembangan objek dan daya tarik wisata tetap diperhatikan kemampuan untuk mendorong peningkatan pengembangan kehidupan ekonomi dan social budaya, nilai-nilai agama, adat istiadat serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat. Di samping itu kelestarian budaya dan lingkungan hidup tetap menjadi prioritas perhatian dalam mendukung kelangsungan usaha pariwisata itu sendiri.

Dalam bentuknya yang sederhana kepariwisataan merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.

Kegiatan kepariwisataan antara unsur penyelenggara pariwisata, wisatawan akan selalu berhubungan dan berinteraksi antara satu sama lain. Mocintosh mengatakan: *“Tourism as the sum of phenomena and relationship arising from the interaction of TOURISTS, BUSINESS SUPPLIERS, HOST GOVERNMENTS and HOST COMMUNITIES in process*

*attracting and hosting these tourists and others visitor*" (Oka Yoeti, 2006).

Keperiwisataan merupakan gejala dan hubungan timbal balik mulai dari interaksi antar wisatawan dengan perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan dan pemerintah serta masyarakat yang bertindak sebagai tuan rumah dalam melayani wisatawan, maka dapat ditarik batasan kepariwisataan itu ke dalam empat unsur yaitu: wisatawan, para supplier, pemerintah dan masyarakat.

Sejalan dengan apa yang dikatakan Macintosh, Leiper memberikan batasan yang hampir sama yaitu:

*Tourism as an open system of five elements interacting with broader environment, the human element, tourists, three geographical elements generating region, transit route and destinations region, and a economic element, the tourists industri (Oka Yoeti, 2006)*

Batasan yang disampaikan Leiper kepariwisataan merupakan suatu system terbuka dari unsur-unsur yang saling berinteraksi dalam suatu lingkungan yang luas, mulai dari unsur manusia yaitu wisatawan, unsur geografis, Negara asal wisatawan, Negara yang dijadikan tempat transit dan daerah tujuan wisata serta unsur ekonomi, yaitu unsur-unsur perusahaan-perusahaan kelompok industri pariwisata. Penekanan batasan kepariwisataan di atas yaitu: wisatawan, Negara asal wisatawan, negara transit, daerah tujuan, dan industri pariwisata. Dengan demikian jelas bahwa kegiatan pariwisata merupakan hubungan timbal balik antara beberapa komponen yang terlibat dalam kegiatan pariwisata itu sendiri.

Kegiatan kepariwisataan tidak terlepas dari semua komponen tersebut di atas, dan untuk itu setiap daerah tujuan wisata harus mampu memberikan daya tarik baik daya tarik politis maupun daya tarik ekonomis kepada wisatawan. "Salah



satu kekuatan pariwisata bertujuan untuk memberikan daya tarik politis dan ekonomis” (Oka Yoeti, 2006). Kepariwisataan berhubungan dengan pariwisata memenuhi syarat sapta pesona pariwisata. Sapta pesona adalah kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung ke suatu daerah atau suatu Negara, betah dan nyaman untuk tinggal serta memperoleh kepuasan atas kunjungannya. (Dirjen Pariwisata Seni dan Budaya, 2005). Sapta pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu : aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah dan kenangan.

#### 4. Sistem Kepariwisata Indonesia.

Sesuai dengan penjelasan di atas bahwa kepariwisataan sebenarnya bukanlah suatu yang baru, tetapi merupakan kegiatan yang sudah ada sejak dulunya. Dalam bentuknya yang sederhana pariwisata dulunya disebut dengan bertamasya dan sejalan dengan perkembangan pengetahuan dan teknologi maka bentuk kegiatan pariwisata berkembang menjadi suatu kegiatan yang lebih kompleks, yang dapat dipandang sebagai suatu system yang besar, mempunyai berbagai komponen seperti: ekonomi , politik, budaya dan seterusnya.

Sebagai sebuah system, antar komponen dalam system tersebut terjadi hubungan interdependensi. Seperti yang dikatakan Mill dan Marrison (1985) pariwisata adalah system dari berbagai elemen yang tersusun seperti sarang laba-laba. ( Fannel,1999) yang terdiri dari empat komponen utama yaitu: *Market, travel, destination, and marketing* (Pitana, 2005). Leiper menyebutkan bahwa system pariwisata terdiri atas tiga komponen utama yaitu: daerah asal (*origin*), daerah tujuan (*destination*) dan daerah antara perjalanan (*routes*) (Pitana dan Gayatri, 2005).

Sebenarnya banyak yang berperan dalam system kepariwisataan, faktor tersebut adalah insan-insan pariwisata yang ada pada berbagai sektor. Secara umum insan dan pariwisata dikelompokkan dalam tiga pilar utama yaitu: masyarakat, swasta dan pemerintah, yang termasuk masyarakat adalah masyarakat umum yang ada pada daerah tujuan, sebagai pemilik sah dari berbagai sumberdaya yang menjadi modal dasar pariwisata, seperti kebudayaan. Termasuk di dalamnya tokoh-tokoh masyarakat, intelektual, LSM dan media massa. Dalam kelompok swasta adalah assosiasi usaha pariwisata dan para pengusaha, sedangkan kelompok pemerintah adalah pada berbagai wilayah administrasi mulai dari pemerintah pusat, Negara bagian, provinsi, Kabupaten, Kecamatan dan seterusnya. (Pitana dan Gayatri, 2005).

Dewasa ini pariwisata telah berkembang di seluruh penjuru dunia termasuk di Indonesia dan pariwisata juga telah banyak memberikan sumbangan devisa terhadap Negara. Secara nasional perkembangan sektor pariwisata menunjukkan kemajuan yang sangat pesat. Perkembangan ini ditandai dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan diharapkan frekuensi kedatangan wisatawan terus meningkat.

Sesuai dengan tujuan yang akan dicapai, berbagai program digalakan seperti pembangunan objek dan daya tarik baru bagi wisatawan. Dalam pengembangan objek dan daya tarik wisata tetap diperhatikan kemampuan untuk mendorong peningkatan pengembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya, nilai-nilai agama, adat istiadat serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat. Di samping itu kelestarian budaya dan lingkungan hidup tetap menjadi prioritas perhatian dalam mendukung kelangsungan usaha kepariwisataan itu sendiri.

Kebijakan dan strategi pembangunan kepariwisataan Nasional disusun sebagai suatu upaya untuk dapat mencapai target pemerintah dan menjadikannya sebagai sebagai primadona penghasil utama Indonesia, dengan demikian berbagai program terpadu semakin digalakkan baik antar departemen dan instansi terkait, dengan tetap mengacu pada pertimbangan-pertimbangan budaya dan lingkungan guna peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan bangsa.

Kebijakan dan strategi pembangunan kepariwisataan itu sendiri akan meliputi aspek ekonomi makro dari sektor pariwisata Indonesia, rekomendasi kebijakan revitalisasi ekspor kepariwisataan dan aspek harga dalam upaya meningkatkan daya saing pariwisata nasional.

### **c. Fungsi Komunikasi dalam Kegiatan Kepariwisataan di Kota Bukittinggi**

Komunikasi pada dasarnya merupakan proses termasuk di dalamnya komunikasi antarbudaya, komunikasi dikatakan sebagai bentuk dari proses karena setiap orang-orang yang terlibat dalam komunikasi itu saling berhubungan satu sama lain. Mereka merasa butuh saling berinteraksi dengan orang lain untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya tanpa orang lain mereka tidak bisa menjalani hidupnya tanpa memandang perbedaan latarbelakang budaya seseorang. Hampir semua kebutuhannya dilakukan dengan saling berkomunikasi satu sama lain, membangun dan menciptakan hubungan dengan saling membagi informasi untuk memenuhi kebutuhannya itu.

Dari berbagai pengamatan yang penulis lakukan pada aktivitas komunikasi dalam kegiatan kepariwisataan maka penulis menemukan beberapa fungsi pribadi dalam proses komunikasi tersebut. Di antara fungsi pribadi tersebut adalah: untuk menyatakan identitas, menyatakan integrasi

sosial, menambah pengetahuan/kognisi dan menjaga dan meningkatkan kesehatan.

Fungsi pribadi adalah fungsi komunikasi yang ditunjukkan melalui perilaku komunikasi yang bersumber dari seseorang individu (Liliweri.2009:36). Dalam kegiatan kepariwisataan di Kota Bukittinggi fungsi pribadi ini terdapat beberapa perilaku komunikasi wisatawan yang digunakan untuk menyatakan identitas pribadi maupun identitas nya, perilaku individu untuk menyatakan identitas diri dapat dilihat dengan penggunaan bahasa yang di pakai oleh wisatawan yang berkunjung ke Kota Bukittinggi baik verbal maupun non verbal. Termasuk di dalamnya warna kulit dan warna rambut

Dalam kegiatan kepariwisataan di Kota Bukittinggi fungsi pribadi komunikasi yang dapat diamati adalah sebagai berikut:

### **1) Menyatakan Identitas**

Untuk menyatakan identitas pada proses komunikasi antarbudaya dalam kepariwisataan di Kota Bukittinggi terdapat beberapa perilaku individu yang digunakan untuk menyatakan identitas pribadi maupun identitas soialnya. Perilaku itu kebanyakan dinyatakan dengan melalui tindakan bahasa baik verbal maupun non verbal. Misalnya ketika pak Rambe yang berasal dari Sumatera Utara melakukan reservasi kamar hotel, dengan dialek batak yang cukup jelas kedengarannya ini menandakan bahwa pak Rambe berasal dari Medan (batak), begitu juga dengan beberapa dari anggota rombongan wisata yang sedang berbincang-bincang di lobby hotel di Kota Bukittinggi dengan menggunakan bahasa Jawa, dapat diketahui bahwa rombongan wisata itu berasal dari daerah Jawa.

Begitu juga dengan pakaian yang dikenakan dapat menandai atau menyatakan identitas atau identitas pribadi. Seperti pakaian yang dipakai oleh anggota Partai Demokrat

yang sedang melakukan Musyawarah Nasional di Kota Bukittinggi, dengan jas warna biru yang dikenakan oleh peserta musyawarah selama kegiatan berlangsung termasuk ketika anggota dari Partai Demokrat itu sedang memanfaatkan waktu istirahat sekedar berjalan-jalan sambil melihat-lihat keindahan Kota Bukittinggi mereka tetap mengenakan jas biru itu. Dengan demikian bahasa/dialek sebagai bentuk verbal dari komunikasi dan pakaian sebagai bentuk non verbal dari komunikasi intrabudaya dan atarbudaya dapat diketahui identitas diri maupun identitas seorang, dari bahasa yang digunakan dan pakaian yang dikenakan dapat diketahui identitas pribadi dan identitas , dari mana asal usul bangsa, suku, bahkan tingkat pendidikan dan agama seseorang dapat diketahui sesuai dengan perilaku yang dinyatakannya.

## **2) Menyatakan Integrasi**

Komunikasi antarbudaya pada dasarnya merupakan komunikasi yang dilakukan oleh orang-orang yang memiliki pemahaman dalam penerapan nilai-nilai budaya dan yang memiliki latarbelakang budaya yang berbeda. Komunikasi ini dilakukan dengan tujuan untuk membangun makna yang sama atas pesan yang dipertukarkan di antara peserta komunikasi. Dalam komunikasi antarbudaya integrasi merupakan tujuan utama komunikasi (Liliweri, 2009) dan inti konsep integrasi adalah menerima kesatuan dan persatuan antarpribadi, antar kelompok namun tetap mengakui perbedaan-perbedaan yang dimiliki oleh setiap unsur sedangkan fungsi integrasi dalam kebudayaan dapat ditandai oleh simbol-simbol perilaku komunikasi.

Fungsi integrasi komunikasi antarbudaya dalam kepariwisataan di Kota Bukittinggi dapat dilihat pada setiap acara pembukaan suatu kegiatan, misalnya pembukaan pesta

Budaya Seni Pameran Dagang dan Industri yang berlangsung pada tgl 28 Oktober sampai dengan tanggal 6 November 2010 lalu. Acara pembukaan ini di mulai dengan tari Pasambahan di antara peserta tari ada yang membawa sirih di carano, seiring dengan alunan musik para penari akan mendekati ke arah tamu kehormatan yang menghadiri acara pembukaan tersebut sambil menyuguhkan sirih di carano dan mempersilakan tamu kehormatan untuk "*mancabiq*" merobek sirih tersebut ( kalau dulu langsung dimakan) tapi sekarang hanya sebagai simbol saja. Artinya Sirih di carano dilakukan untuk menyambut kedatangan tamu di *Minangkabau* Sumatera Barat.

Selain pada acara pembukaan suatu kegiatan, ada cara lain yang dilakukan untuk menerima tamu dan menghormati tamu yang dilakuan dalam kegiatan kepariwisataan yang sering disajikan pada hotel-hotel berbintang yang ada di Kota Bukittinggi, yaitu dengan menampilkan tari daerah Sumatera Barat seperti: *tari Piriang*, *tari Indang*, *tari Pasambahan* dan sebagainya sesuai dengan permintaan tamu. Biasanya penampilan tari-tarian *Minangkabau* ini disuguhkan kepada tamu kehormatan dari negara-negara lain yang jumlahnya cukup banyak.

Begitu juga dengan ninik mamak yang akan menjamu sanak keluarga, handai tolan, masyarakat di sekitarnya dengan menyodorkan rokok , sebagai tanda bahwa ninik mamak tersebut mengundang untuk menghadiri helat (hajatan) yang akan dilakukannya, sementara itu amai-amai (ibu-ibu) akan mengundang kerabatnya dan mendatangi rumahnya dengan membawa sirih dan ibu-ibu tersebut akan berkata "*makanlah sirih ambo*" (makanlah sirih saya) sambil menyatakan maksud dan tujuannya.

Simbol prilaku yang digunakan untuk menyatakan integritas dalam kepariwisataan dilakukan dengan

menggunakan, sirih, rokok, dan tari-tarian untuk menyambut dan menghormati kedatangan tamu. Dengan demikian komunikasi antarbudaya yang dilakukan oleh partisipan komunikasi dapat meningkatkan integritas atas relasi yang mereka bangun.

### **3) Menambah Pengetahuan/Kognitif**

Salah satu manfaat komunikasi antarbudaya dari kepariwisataan adalah meningkatkan kecerdasan masyarakat, kalau wisatawan betul-betul memanfaatkannya pengetahuan mereka akan bertambah, begitu juga komunikasi antarbudaya dalam kepariwisataan dapat menambah pengetahuan bersama dalam kegiatan kepariwisataan. Fungsi menambah pengetahuan dalam kegiatan kepariwisataan dapat diamati ketika wisatawan berkunjung ke rumah kediaman Bung Hatta, di sana mereka dapat melihat bagaimana Hatta kecil yang dibesarkan oleh ibunya tercinta (karena ayahnya telah meninggal ketika Hatta masih kecil).

Rumah kelahiran Bung Hatta, proklamator RI dan wakil presiden pertama Indonesia ini terletak di jalan Soekarno Hatta Bukittinggi, di sini wisatawan dapat melihat dan menyentuh langsung berbagai bekas benda kesayangan Bung Hatta waktu kecil, dari mesin jahit kuno, sepeda onthel, kandang kuda, kamar bujangan dan bendi (sejenis delman) yang selalu mengantar Bung Hatta ke sekolah.

Di lantai atas rumahnya terdapat kamar belajar dan ruang tidur, di ruang tengah terdapat kursi tamu. Semua perabotan, tempat tidur, almari pakaian, meja belajar, kursi tamu semuanya terbuat dari jati dan masih asli. Dengan melihat apa yang ada di rumah kelahiran Bung Hatta wisatawan dapat mengetahui bagaimana kehidupan Bung Hatta waktu kecil.

Fungsi menambah pengetahuan pada komunikasi dalam kepariwisataan di Kota Bukittinggi dapat juga dilihat di berbagai objek wisata di daerah ini seperti di Lobang Jepang, wisatawan akan mengetahui apa dan bagaimana Lobang Jepang itu setelah menelusurinya. Di objek wisata Jam Gadang wisatawan dapat mengetahui bagaimana sejarah Jam Gadang sebagai ikon Kota Bukittinggi. Di objek wisata benteng Fort de Kock wisatawan dapat mengetahui sejarah dan fungsi benteng ini zaman dulu dan masih banyak pengetahuan yang dapat diperoleh oleh wisatawan ketika berkunjung ke Kota Bukittinggi karena Bukittinggi merupakan kota yang bernilai sejarah. Bukittinggi pernah menjadi ibu kota RI pada masa pemerintahan Darurat Republik Indonesia (PDRI) tahun 1949, di sini juga banyak lahir putra-putra terbaik bangsa, politikus, budayawan, dan orang-orang besar lainnya. Di samping itu Kota Bukittinggi banyak terdapat saksi bisu perjalanan sejarah bangsa Indonesia di antaranya: Tugu Condet sebagai bukti di Kota Bukittinggi lahir sekolah militer yang pertama, Tugu Pahlawan Tak Dikenal, Tugu 17 Agustus 1945, Tugu Perang Kamang Tugu Imam Bonjol dan sebagainya yang memiliki nilai sejarah yang tinggi.

#### **4) Melepaskan Diri atau Jalan Keluar**

Fungsi pribadi pada komunikasi dalam kepariwisataan yang terkait dengan melepaskan diri/jalan keluar artinya orang-orang yang terlibat dalam kegiatan kepariwisataan (wisatawan) melakukan komunikasi untuk melepaskan diri atau mencari jalan keluar dari permasalahan yang sedang dihadapinya, mereka ingin menikmati perjalanan wisatanya. Untuk melupakan berbagai masalah yang terjadi dan menyimpannya, maka mereka melakukan perjalanan wisata ke daerah lain atau negara lain.



Masyarakat yang sudah maju menghadapi masalah yang sangat kompleks dan kompetitif, akibatnya banyak orang-orang yang terlihat stress. Salah satu pelariannya adalah melakukan perjalanan wisata dengan menikmati segala sesuatu yang dapat melupakan permasalahan yang sedang dihadapinya. Melakukan interaksi intrabudaya dan antarbudaya dengan mengungkapkan fikiran dengan bercerita atau menikmati keindahan alam, atraksi budaya, yang ada di sekitar objek wisata termasuk melakukan wisata belanja, untuk sementara dapat melepaskan diri dari berbagai persoalan. Fungsi melepaskan diri/jalan keluar pada komunikasi dalam kepariwisataan di Kota Bukittinggi dapat diamati ketika wisatawan dengan asyiknya memperhatikan setiap bagian-bagian yang ada di museum kebudayaan *Minangkabau* yang berada di tengah Taman Marga Satwa (kebun binatang), wisatawan terlihat asyik memperhatikan pakaian adat masyarakat, peralatan dapur yang hampir semuanya terbuat dari bahan baku kayu, rotan dan tanah liat, alat transportasi masa lalu yang digunakan oleh nenek moyang masyarakat *Minangkabau* termasuk wisatawan asyik melihat hewan langka yang telah diawetkan di museum ini.

Masih banyak kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan untuk melepaskan diri dari persoalan yang dihadapinya dalam bentuk kegiatan pariwisata di antaranya berjalan menelusuri Panorama Baru di sini wisatawan dapat menikmati panorama alam Bukittinggi yang indah dengan hawa yang sejuk, berkeliling di Taman Marga Satwa dengan memperhatikan berbagai jenis satwa langka di sini juga ada museum zoology dan aquarium air tawar, duduk-duduk di Taman Pelataran Jam Gadang sambil menikmati senja di Kota Bukittinggi. Dengan demikian semua aktivitas seperti itu dapat

melepaskan diri dan mencari jalan keluar untuk melupakan problem yang dihadapi.

### **5) Menjaga atau Meningkatkan Kesehatan.**

Selain ke empat fungsi pribadi pada komunikasi dalam kepariwisataan di Kota Bukittinggi yang telah penulis uraikan di atas, di sini penulis menambahkan satu fungsi pribadi lagi yang berkaitan dengan komunikasi dalam kegiatan kepariwisataan di Kota Bukittinggi yaitu menjaga atau meningkatkan kesehatan.

Seperti yang penulis kemukakan pada bagian fungsi melepaskan diri/jalan keluar di atas yaitu masyarakat yang sudah maju menghadapi permasalahan yang sangat kompleks dan kompetitif akibatnya banyak orang-orang yang terlihat stress, salah satu pelariannya adalah melakukan perjalanan wisata ketempat-tempat tujuan wisata mereka ingin rohani dan jasmaninya segar dan siap untuk bekerja kembali.

“Saya sadar bahwa bila setelah seminggu penuh ketegangan dan tekanan problema-problema dalam kota yang bising akan merasa bebas lagi bila pergi ke alam bebas, ke pantai atau masuk ke dalam hutan guna meneguk udara bebas dalam irama lain.” Tulis Prof Arthur Haulot dalam majalah *Vue Touristique* yang diterbitkan di Brusel tahun 1978. (dalam Pandit, 1994)

Apa yang diucapkan Arthur menurut penulis mungkin banyak orang-orang merasakan keadaan yang serupa, lebih-lebih mereka yang memiliki atau yang memegang posisi penting baik di kantor pemerintah maupun di kantor swasta, ketegangan dan tekanan kerja ataupun problem-problem kerja yang harus di atasi dan dipecahkan. Salah satu cara untuk mengatasi masalah dari tekanan kerja yang sangat kompleks itu

dengan melakukan kegiatan kepariwisataan atau melakukan perjalanan wisata.

Seperti yang telah penulis kemukakan pada bagian kepariwisataan bahwa pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan orang-orang yang bepergian untuk mengisi waktu senggang untuk menikmati perjalanan. E. Guyar Frueler menyatakan pariwisata dalam arti modern adalah merupakan fenomene-fenomena di zaman sekarang yang berdasarkan atas kebutuhan kesehatan dan penggantian hawa dan penilaian yang sadar untuk menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam (Efrita, artikel Pariwisata Kesehatan, 2010).

Dengan demikian kegiatan pariwisata di samping sebagai mengisi waktu senggang untuk menikmati perjalanan juga berarti untuk memenuhi kebutuhan akan kesehatan, penggantian hawa dan menumbuhkan rasa cinta terhadap alam semua itu semua itu dibutuhkan untuk ketenangan dan kepuasan batin serta menjaga dan meningkatkan kesehatan.

Kalau diperhatikan setiap instansi pemerintah maupun swasta memberikan hari libur dan hak cuti kepada pegawai dan buruhnya. Namun hal ini sering terlupakan dan tidak sedikit orang salah menafsirkan akan arti berlibur dan cuti, mereka menganggap berlibur dalam konteks pariwisata hanya berlaku untuk orang-orang yang punya/berduit saja dan merupakan kebutuhan mewah.

Memang kalau diperhatikan kegiatan kepariwisataan merupakan sesuatu yang mewah tetapi sudah sepatutnya merupakan suatu keharusan karena ruang lingkup pariwisata itu cukup laus. Khusus bagi masyarakat pekerja, petani, pelajar dan golongan masyarakat kecil lainnya kepariwisataan adalah rekreasi dan rileksasi yang ditujukan untuk kesehatan fisik dan mental mereka. Sebenarnya kalau setiap orang mau melakukan kegiatan kepariwisataan yang tidak mengeluarkan banyak

uang, banyak alternative lain yang ditawarkan untuk itu di antaranya: jogging, camping, hiking dan berbagai acara kesenian.

Fungsi menjaga dan meningkatkan kesehatan dalam kegiatan kepariwisataan di Kota Bukittinggi dapat diamati ketika wisatawan sedang menikmati panorama alam di Panorama Baru yang merupakan kawasan wisata yang memiliki pemandangan nan menawan dengan medan berbukit-bukit, dengan hawa sejuknya yang khas sehingga di sini wisatawan dapat merasakan pergantian hawa sejuk ketika menikmati perjalannya. Kawasan wisata Panorama Baru sering dimanfaatkan untuk acara camping, hiking dan pada hari minggu pagi tempat ini ramai dikunjungi masyarakat Kota Bukittinggi dan wisatawan untuk melakukan jogging sambil menikmati udara pagi yang sangat segar bersih dan sejuk.

Tidak hanya di Panorama Baru saja dapat dijadikan sarana wisata yang murah dan sehat. Di Kota Bukittinggi juga terdapat *Janjang Saribu* dan merupakan objek wisata yang masih alami. *Janjang* (jenjang/tangga) berkelok-kelok indah menelusuri celah-celah tebing Ngarai Sianok, dengan latar belakang Gunung Merapi dan Singgalang. Sambil berolah raga wisatawan dapat menelusuri seribu anak tangga menuju lembah Ngarai Sianok, menurut penulis inilah olah raga sehat, segar, murah dan alami yang jarang sekali didapati di kota-kota besar. Lelah turun naik *janjang* wisatawan bisa beristirahat sambil memancing di kolam pancing yang ada di sana. Sebenarnya masih banyak lagi kegiatan pariwisata yang dapat menjaga dan meningkatkan kesehatan antara lain: berenang, mendaki gunung, naik/menunggang kuda, naik sepeda dan sebagainya yang dapat dilakukan di alam bebas. Yang kesemuanya itu secara psikologis dapat menjaga dan meningkatkan kesehatan, karena efek psikologis yang

ditimbulkan oleh kegiatan pawiwisata di alam bebas ini adalah tenaga segar, fikiran tenang, semangat bergairah kembali bagi mereka yang setiap harinya disibukan oleh rutinitas kerja yang melelahkan dan membosankan dan setelah pulang dari kegiatan kepariwisataan akan siap kembali untuk untuk melakukan aktivitas dengan keadaan sehat dan segar.

### C. Kesimpulan.

Fungsi komunikasi antarbudaya dalam kepariwisataan adalah: untuk menyatakan identitas diri, menyatakan integritas, menambah pengetahuan, melepaskan diri atau mencari jalan keluar dan menjaga serta meningkatkan kesehatan.

### Daftar Kepustakaan

- Devito, Joseph. A. (1997). *Komunikasi Antar Manusia*, kuliah dasar edisi ke 5 penery : Agus Maulana, Jakarta, professional Books.
- Douglas N dan Doudlas. (1996). *Social and cultural Impact of Tourism in the south Pacific*. M. Hall dan Aj. Page. (ed). London: International Thomas Business Press.
- Franklin, Adrian. (2003). *Tourism, an Introduction*. London: Sage Publication.
- Garbrino, M. (1976). *History of Sociocultural Anthropology* Barkley: Univerity of California Press.
- Gede, I, Pituna, (2005), *Sosiologi Pariwisata*, Jogjakarta, Andi Offset.
- Gudykunst, (1984). *Intercultural Communication Theory Curren perspectives* Beverly Hills/ London/ New Delhi : Sage Publications.

- Gelgel, I Putu. (2006). *Industri Pariwisata Indonesia, Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa*
- Laws, Eric. tt. *Tourism Destination Management: Issues, Analisis and policies*, London: Routledge.
- Laws, Eric. tt. *Tourism Destination Management: Issues, Analisis and policies*, London: Routledge.
- Leiper, N. (1995). *Tourism Management*. Victoria: RMIT.
- Liliweri, Alo. (2001) *Gatra-gatra Komunikasi Antarbudaya*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- \_\_\_\_\_. (2003). *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lull, James W. (1998). *Media Komunikasi Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Mulyana, Deddy dan Rahkmat, Jalaluddin (ed).( 2006). *Komunikasi Antarbudaya,. Pandun berkomunikasi dengan orang-orang berbeda budaya*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Naisbitt, John. (1994). *The Global Paradox*. Jakarta: Bina Aksara.
- Pandit, Nyaman. S. (1994). *Ilmu Pariwisata Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Pitana, I Gde dan Gayatri, Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Samovar Larry A. Porter, Richard E, Larry dan Jain, Nemi C. (1981). *Undertsanding Intrecultural Communication*. Belmont California: Wadsworth PublishingComponi.
- Yoeti, Oka. A (1985), *Commersial Seni dan Budaya*, Bandung, Angkasa.
- \_\_\_\_\_. (1996). *Pengantar Pariwisata Indonesia*. Bandung: Angkasa.
- \_\_\_\_\_. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- \_\_\_\_\_. (1997). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta. PT. Pradnya Paramita.

- \_\_\_\_\_. (1999). *Psikologi Pelayanan Wisata*. Jakarta: PT. Gamedia Pustaka Utama.
- \_\_\_\_\_. (2000). *Managemen Wisata Konvensi*. Jakarta: PT. Pertja.
- \_\_\_\_\_. (2005). *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- \_\_\_\_\_. (2006). *Tours and travel Marketing*, Jakarta, Pradnya Paramita