

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL POKDARWIS DALAM
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN *HOMESTAY*
(Studi kasus pada komunitas pengelola *homestay* di Pulau Untun Jawa,
Kepulauan Seribu)**

Suharsono¹

¹Universitas Katolik Atma Jaya
Email: suharsono@atmajaya.ac.id

Diterima : 26 Juni 2020

Disetujui : 20 Juli 2020

Diterbitkan : 25 Agustus 2020

Abstrak

Salah satu kebutuhan pokok wisatawan berkunjung ke destinasi pariwisata adalah akomodasi. Tidak semua wisatawan menginap di hotel. Homestay adalah alternatif untuk memenuhi akomodasi dan lebih murah. Pulau Untunjawa berkembang menjadi salah satu destinasi baru di Kepulauan Seribu. Usaha jasa homestay memerlukan kualitas pelayanan. Pokdarwis melalui komunikasi interpersonal memiliki peran penting dalam meningkatkan pelayanan homestay. Oleh karena itu tujuan dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi kegiatan pokdarwis melalui komunikasi interpersonal untuk meningkatkan kualitas pelayanan homestay. De Vito (2007) menggambarkan bahwa komunikasi interpersonal berlangsung secara dialogis dan akrab. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dan analisis deskriptif. Pengambilan data melalui wawancara dengan pengelola (4), wisatawan (2), observasi dan FGD dengan Suku Dinas Pariwisata dan Pokdarwis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pokdarwis melalui komunikasi interpersonal yang dilakukan mampu meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu diperlukan juga kesepakatan bersama tentang tatacara pelayanan wisatawan. Diperlukan penelitian lanjut terkait kualitas SDM, modal sosial untuk menambah daya tarik destinasi Untung Jawa.

Kata Kunci: komunikasi interpersonal; pariwisata; kualitas pelayanan; *homestay*

Abstract

One of the basic needs of tourists in visiting a tourism destination is accommodation. Not all tourists need hotels. Homestay is one alternative the need of accommodation and more cheaper. Untung Jawa Island is now developing into one of the new destinations in Kepulauan Seribu. The homestay service business requires quality service. Pokdarwis through interpersonal communication has an important role in improving homestay services. Therefore, the aim of this research is to "identify pokdarwis activities through interpersonal communication to improve the quality of homestay services". De Vito (2007) describes that interpersonal communication takes place in a dialogical and accurate manner. Thi research was conducted using qualitative methods and descriptive analysis. Collecting data through interviews with owners (4), tourists (2), observation and FGD with the Tourism Office and Pokdarwis. The result showed that the role of Pokdarwis through interpersonal communication was able to improve service quality. Apart from that, mutual agreement is also needed on the procedures for serving tourists. Further research is needed related to the quality of human resources and social capital to increase the attractiveness of Untung Jawa's destination.

Keywords: interpersonal communication; tourism; service quality; *homestay*

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat beragam dan sangat menarik untuk dikembangkan menjadi destinasi pariwisata. Seperti dikatakan Spillane (1989:63) bahwa “.. beruntunglah Indonesia mewarisi tanah air dan sosio-budaya yang keindahan dan keunikannya dapat dijadikan obyek pariwisata. Memang tepat apabila kekayaan nasional ini dimanfaatkan untuk meningkatkan kemakmuran bangsa dengan mengembangkan industri pariwisata besar”. Pendapat di atas pada dasarnya menggambarkan bahwa pengembangan pariwisata merupakan salah satu alternatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perhatian terhadap pengembangan pariwisata tampak dalam berbagai kebijakan pemerintah baik tingkat nasional maupun daerah (propinsi dan kabupaten).

Pada tingkat nasional pemerintah mencanangkan pengembangan 10 destinasi prioritas yang kemudian dikenal dengan 10 destinasi “Bali Baru” dan 1 destinasi “premium”. 10 destinasi wisata prioritas tersebut meliputi Mandalika (Nusa Tenggara Barat), Pulau Morotai (Maluku Utara), Tanjung Kelayang (Kepulauan Bangka Belitung), Danau Toba (Sumatera Utara), Wakatobi (Sulawesi Tenggara), Borobudur (Jawa Tengah), Kepulauan Seribu (DKI Jakarta), Tanjung Lesung (Banten), Bromo (Jawa Timur), dan Labuan Bajo (Nusa Tenggara Timur) (diunduh dari Kompas.com). Sedangkan Labuhan Bajo dijadikan destinasi premium.

Pada tingkat daerah (terutama kabupaten) berdasarkan pengamatan ada kecenderungan setiap daerah kabupaten sedang berupaya mengembangkan berbagai potensi masing-masing menjadi destinasi pariwisata. Salah satunya misalnya dengan penyelenggaraan berbagai festival budaya sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke daerahnya. Selain itu beberapa kegiatan juga dirancang terkait dengan perhatian dan pengembangan pariwisata. Sebagai contoh dalam acara pengumuman “putri Indonesia” di salah satu media televisi (maaf lupa media dan tanggal tayangnya) peserta 10 besar diminta untuk menjelaskan potensi destinasi unggulan masing-masing daerah.

Kegiatan pariwisata pada dasarnya tidak berdiri sendiri. Jika destinasi pariwisata di suatu daerah (wilayah) dikembangkan maka akan mendorong tumbuhnya berbagai kegiatan pendukung (Spillane :1989, 52). Kegiatan pendukung ini dapat berupa kegiatan ekonomi, sosial dan budaya masyarakat setempat/lokal. Berkembangnya berbagai aktivitas pendukung ini disebut sebagai dampak “multiplier effect” dalam pengembangan destinasi pariwisata (Yoeti:2006,1). Sebagai contoh ketika di suatu daerah berkembang destinasi pariwisata maka akan tumbuh usaha-usaha pendukung seperti penjual makanan dan minuman, penyewaan sarana (sepeda, tikar dsb), souvenir dan akomodasi.

Menurut Damanik (2013:156) sekarang ini terjadi pergeseran gaya (tren) orang dalam berwisata. Semula orang berwisata ke suatu destinasi cenderung sekedar untuk mengisi waktu luang dan tujuan yang lebih bersifat “menyenangkan”. Sekarang ada kecenderungan berubah untuk mencari destinasi yang benar-benar memiliki keunikan, langka dan mampu memberikan aspek kenangan bagi setiap pengunjung. Oleh karena itu pengembangan destinasi pariwisata (alternatif) harus dirancang sesuai dengan tren perubahan kebutuhan wisatawan. Potensi pariwisata di berbagai wilayah di Indonesia sangat mungkin untuk dikembangkan menjadi destinasi dengan keunikan masing-masing.

Terkait dengan kegiatan pariwisata, salah satu kebutuhan pokok wisatawan dalam berkunjung ke suatu destinasi pariwisata adalah akomodasi (tempat untuk menginap). Ketika berbicara tentang akomodasi atau tempat menginap biasanya yang mudah diingat adalah hotel. Faktanya, ada beberapa bentuk akomodasi selain hotel yaitu, losmen, villa, wisma, *gues house*, pondok wisata atau *homestay*. Tidak semua wisatawan membutuhkan tempat menginap berupa hotel (mewah). Banyak juga yang membutuhkan tempat menginap alternatif yang bersih, nyaman dan lebih murah. Selain itu, terkait dengan tren perubahan minat wisatawan dalam berwisata untuk mengunjungi destinasi yang unik maka kebutuhan akomodasi yang lebih tepat adalah *homestay*. Dengan tinggal (menginap) di *homestay*, wisatawan dapat belajar keunikan berbagai aktivitas masyarakat. Disinilah pentingnya usaha penyediaan akomodasi berupa *homestay* (pondok wisata) untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Oleh karena itu, pengembangan *homestay* dapat menjadi salah satu alternatif pemenuhan kebutuhan pokok wisatawan untuk menginap.

Hal penting yang perlu diperhatikan dalam usaha jasa *homestay* adalah kualitas pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pengunjung (wisatawan). Interaksi yang terjadi antara tamu dan pemilik dalam model akomodasi *homestay* lebih bersifat personal. Oleh karena itu kualitas pelayanan secara personal menjadi kunci keberhasilan pengelolaan *homestay*. Disinilah pentingnya peran komunikasi interpersonal dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan tersebut (fokus kajian dalam penelitian ini). Kualitas pelayanan baik antar pengelola/pemilik *homestay* maupun (terutama) antara pemilik dengan tamu (wisatawan). Tujuan Penelitian ini pada dasarnya menjelaskan bagaimana proses komunikasi interpersonal berperan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam pengelolaan *homestay* di pulau Untungjawa.

Terkait dengan pariwisata, menurut Judisseno (2017: 2) hingga sampai saat ini belum ada kesamaan definisi. Masing-masing ahli mendefinisikan sesuai dengan fokus kajian yang dilakukan. Namun sebagai upaya untuk memfokuskan diskusi dalam pengembangan pariwisata, dari berbagai sumber dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya pariwisata terkait dengan beberapa unsur seperti (1) adanya perjalanan, (2) ke suatu tempat tujuan pariwisata (destinasi pariwisata), (3) tinggal untuk sementara waktu dan (4) memiliki tujuan tertentu. Dalam kajian pariwisata diketahui bahwa faktor terpenting yang mendorong orang untuk melakukan perjalanan ke suatu destinasi adalah daya tarik (atraksi). Oleh karena itu agar suatu Kawasan dapat dijadikan destinasi pariwisata maka harus memiliki daya Tarik yang khas. Kekhasan (unik) inilah yang pada akhirnya dapat membuat orang datang untuk berwisata.

Salah satu kebutuhan pokok wisatawan ketika melakukan aktivitas perjalanan wisata adalah kebutuhan akomodasi (Damanik dan Weber, 2006:9; Goeldner dan Ritchie, 2006:335-339). Salah satu bentuk akomodasi adalah *Homestay*. Pengembangan *homestay* sekarang sedang digalakan di berbagai daerah terutama dalam mendukung pengembangan destinasi desa wisata. Permenpar No 9 tahun 2014, pasal 1 ayat 2 mendefinisikan *homestay* atau pondok wisata sebagai berikut :

“Usaha Pondok Wisata adalah penyediaan akomodasi berupa bangunan rumah tinggal yang dihuni oleh pemiliknya dan dimanfaatkan sebagian untuk disewakan

dengan memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari pemilikinya”.

Pengertian di atas pada dasarnya menggambarkan bahwa penyewaan kamar dalam akomodasi *homestay* memberikan kesempatan kepada tamu untuk berinteraksi lebih dekat dengan pemilik. Dengan demikian terjadi proses saling belajar yang lebih erat dan “kekeluargaan”. Interaksi dalam konteks ini terjadi secara langsung dan tatap muka. Sedangkan *homestay* berbasis komunitas pada dasarnya adalah pengelolaan *homestay* yang melibatkan partisipasi masyarakat lokal.

Dalam kajian pariwisata biasanya disebut dengan Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism Development - CBT*). Menurut Judisseno (2017:122) disebutkan bahwa konsep CBT mulai diperkenalkan sekitar pertengahan 1990-an. Konsep CBT pada dasarnya merupakan pengelolaan destinasi pariwisata yang menekankan pada keterlibatan rakyat (masyarakat lokal) dalam aktivitas pariwisata. Oleh karena itu, dengan adanya aktivitas pariwisata akan tercipta kesejahteraan bagi masyarakat lokal. Selanjutnya dikatakan oleh Sunaryo (2017: 140) bahwa pada dasarnya pembangunan pariwisata berdasarkan konsep CBT harus memperhatikan 3 prinsip yaitu : “1) mengikutsertakan anggota masyarakat dalam pengambilan keputusan, 2) adanya kepastian masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatan kepariwisataan, dan 3) pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal.” Dengan demikian diharapkan mampu menciptakan kemandirian bagi masyarakat dan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

Pulau Untungjawa sekarang berkembang menjadi salah satu destinasi pariwisata baru di wilayah Kepulauan Seribu. Ada 10 destinasi (tempat) yang menjadi daya tarik unggulan di Pulau Untungjawa yaitu, Pantai Arsa, Pantai Amterdam, Tugu Arsa, Pantai Jepang, Pantai Sentigi, Bumi Perkemahan, Laguna Mangrove, Pulau Sejarah (Kelor, Onrust dan Cipir), Pulau Konservasi (Rambut) dan Taman Laut. Mata pencaharian utama masyarakat pulau Untungjawa sebagai nelayan. Selain itu juga usaha penyediaan jasa dan produk pendukung pariwisata seperti makanan dan minuman, permainan anak-anak. Terkait dengan kebutuhan akomodasi sebagian masyarakat memiliki usaha *homestay* untuk kebutuhan wisatawan yang menginap. Usaha penyediaan *homestay* kebanyakan dilakukan oleh kaum perempuan. Ada sekitar 51 kepala keluarga yang memiliki usaha jasa *homestay* dengan jumlah kamar 220. Usaha ini dapat berkembang jika dipadukan atau dikemas dengan paket-paket wisata di destinasi pariwisata Kepulauan Seribu.

Di atas telah dijelaskan bahwa prinsip dalam pengelolaan *homestay* adalah memberi kesempatan bagi wisatawan untuk berinteraksi (langsung) dengan pemiliknya. Berdasarkan pengamatan dan wawancara dengan salah satu pemilik *homestay* yang memiliki 2 kamar (RSL), dikatakan bahwa meskipun sekarang ini (sebelum pandemi covid 19) situasinya relatif sepi pengunjung yang datang ke Untungjawa tetapi “ada aja pengunjung yang menginap di tempat saya” (wawancara sekitar bulan Oktober 2019). Selanjutnya dikatakan bahwa pengunjung yang menginap selalu dilayani sebaik-baiknya termasuk ditemani ngobrol dan jalan-jalan di sekitar pulau Untungjawa. Selain itu setiap pagi juga disediakan minuman teh atau kopi (sesuai permintaan) serta jajanan lokal sambil ditemani ngobrol. Berbeda dengan salah satu *homestay* yang pengelolaannya diserahkan pada orang lain

(bukan pemilik). Sebut saja *homestay* ini adalah “JPR”, pemiliknya tidak tinggal dilokasi (Untungjawa) tetapi lebih sering di “darat” yaitu di Kampung Melayu. Dalam wawancara disebutkan bahwa sekarang memang betul-betul sepi “jarang sekali orang yang menginap...paling-paling hanya 1 sampai 2 kamar saja dalam seminggunya”. Berbeda dengan pemilik *homestay* RSL yang sering kontak dengan para pelanggan melalui wa (whatsapp) sehingga terjalin hubungan yang betul-betul sangat dekat, bahkan seperti saudara. Meskipun situasi dalam keadaan sepi tetap ada pengunjung yang menginap meskipun tidak setiap hari.

Selain itu, komunikasi juga dilakukan diantara para pemilik/pengelola *homestay* (anggota Pokdarwis) melalui pertemuan rutin setiap bulan. Dalam pertemuan ini dibahas berbagai persoalan yang dihadapi terutama oleh para pemilik *homestay*, diantaranya tentang penyediaan berbagai fasilitas standar yang harus dipenuhi, seperti ac, kebersihan kamar dan kamar mandi. Selain itu juga kesepakatan keseragaman harga yang selama ini di harga dengan batas bawah Rp 250.000,- dan batas atas Rp1.000.000,- per malam. Meskipun agak sulit untuk mengontrolnya, tetapi selalu menjadi bahan pembahasan dalam setiap pertemuan anggota Pokdarwis. Hal ini dilakukan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya konflik diantara para pemilik *homestay*.

Uraian di atas pada dasarnya menggambarkan pentingnya komunikasi interpersonal dalam pengelolaan *homestay*. Menurut Harold D. Lasswell dalam Arni Muhammad (2005) yang dikutip oleh Nurdin, dkk., (2018) dikatakan bahwa “komunikasi adalah siapa, mengatakan apa, dalam media apa, dan kepada siapa, dan apa efeknya (*who say what, in which medium to whom what effect*). Kutipan tersebut pada dasarnya dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media (tertentu) dan menimbulkan efek atau respons bagi penerimanya. Respon ini pada dasarnya merupakan tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan. Selanjutnya dikatakan oleh Berlo (Hairunnisa dan Noor, Muhammad, 2018) bahwa “communication is the basic of all human interraction and this is a social proces”. Kutipan tersebut dapat dimaknai bahwa komunikasi merupakan interaksi manusia sebagai proses social yang paling dasar. Secara sosiologis manusia berinteraksi sejak dilahirkan mulai dari yang paling sederhana melalui simbol-simbol, gerakan (non verbal) hingga yang lebih kompleks melalui kata-kata (verbal). Selanjutnya dikatakan bahwa komunikasi itu pada dasarnya berfungsi secara informatif dan persuasif. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi itu pada dasarnya merupakan proses interaksi manusia dengan memberikan pesan atau informasi dan menggugah perasaan (persuasif) untuk melakukan tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Salah satu bentuk komunikasi yang dikaji dalam penelitian ini adalah komunikasi interpersonal atau antarpersonal. Dari berbagai sumber dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang bersifat langsung dan dialogis. Dengan demikian maka respon atau tanggapan dapat langsung diberikan pada saat komunikasi sedang berlangsung sehingga lebih efektif (Effendi,2005:14; Hardjana,2003:85; De Vito, 2007:5). Selanjutnya dikatakan oleh De Vito bahwa komunikasi interpersonal ini berlangsung seperti anak dengan orang tuanya, antar saudara, teman dan sebagainya. Intinya, komunikasi interpersonal ini memungkinkan

interaksi menjadi lebih terbuka dan akrab sehingga proses saling berbagi informasi dapat berlangsung dengan baik. Seperti dikatakan Mulyana (Suharsono dan Dwiantara, 2013:39) bahwa pada dasarnya bila dikaitkan dengan aspek budaya masyarakat kita yang ramah, saling menghormati dan toleran maka fungsi komunikasi pada umumnya adalah sebagai alat untuk menjalin hubungan persaudaraan dan memperkuat hubungan.

Salah satu bentuk komunikasi interpersonal adalah komunikasi *word of mouth* atau sering dikenal juga komunikasi “dari mulut ke mulut”. Komunikasi ini masih diyakini sebagian orang mampu memberikan dampak yang efektif dalam proses penyampaian dan penerimaan informasi dan berdampak pada perubahan perilaku. Seperti dikatakan oleh Priansa (2017: 340) bahwa sebagai salah satu dampak majunya teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini masyarakat seperti “kebanjiran” informasi. Akibatnya sebagian merasa bingung untuk memilih atau menentukan keputusan untuk memilih suatu produk. Oleh karena itu “.....mereka menyaring sebagian pesan yang berjalan dari media massa. Sebenarnya mereka cenderung lebih mendengarkan hal-hal yang dikatakan orang atau kelompok yang menjadi rujukan, misalnya teman-teman atau keluarga”.

Masyarakat Indonesia dikenal dengan masyarakat kolektif, senang bergaul, bersilaturahmi, maka sangat senang dengan melakukan komunikasi secara langsung. Sebagai contoh, setiap kali bertemu dengan orang baik yang sudah lama dikenal maupun yang baru saja dikenal biasanya pasti dilakukan dengan jabat tangan dilanjutkan dengan ngobrol sehingga interaksi berjalan lebih akrab. Jabat tangan dan ngobrol merupakan simbol persaudaraan dalam tradisi masyarakat kita. Dengan komunikasi interpersonal yang baik diharapkan dapat meningkatkan mutu pelayanan yang lebih baik sehingga dapat membuat tamu (wisatawan) merasa lebih nyaman, senang dan betah tinggal di *homestay*. Situasi ini diharapkan mampu memberikan daya tarik sehingga ketika wisatawan tersebut berkunjung ke destinasi maka akan menginap lagi.

Selain itu dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan tercipta aspek kenangan yang mendalam bagi wisatawan. Dari berbagai sumber dapat disimpulkan bahwa pelayanan pada dasarnya merupakan aktivitas yang diberikan kepada pelanggan/tamu (wisatawan) yang biasanya bersifat tidak kasat mata (*intangible*). Dampak dari pelayanan ini pada dasarnya adalah sikap atau perasaan puas dan tidak puas atau senang dan tidak senang. Dalam konteks pelayanan *homestay*, jika wisatawan merasa puas atau senang maka akan memperoleh kesan atau kenangan yang baik sehingga diharapkan suatu ketika akan menginap lagi. Atau setidaknya akan merekomendasikan kepada koleganya.

Tujuan dalam penelitian ini pada dasarnya ingin mengidentifikasi kegiatan Pokdarwis (Pengelola *Homestay*) dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pengunjung yang menginap melalui komunikasi interpersonal. Pembahasan selanjutnya akan difokuskan pada aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan di antara para pemilik *homestay* dan pemilik *homestay* dengan pengunjung khususnya yang menginap.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan strategi studi kasus. Menurut Moleong (1996), Basrowi dan Suwandi (2008), Muhadjir, H. Noeng (1996), Strauss dan Corbin (1997) dan Afizal (2016) dapat disimpulkan bahwa dalam metode penelitian

kualitatif, pengambilan data dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti wawancara, pengamatan, gambar, peristiwa di lapangan dan dokumentasi. Penelitian ini pada dasarnya merupakan kelanjutan dari penelitian sebelumnya yaitu tahun 2016 (tentang Daya Tarik Wisata Bahari) dan tahun 2019 (tentang Pariwisata dan Peningkatan Ekonomi). Selain itu juga dilakukan bersamaan dengan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (Rintisan Warung Kopi Tubruk). Oleh karena itu data terutama pengamatan dan wawancara diperoleh (dilakukan) pada hari yang sama. Seperti contoh dalam foto 1 dibawah ini adalah situasi ketika wawancara dengan pengelola jasa sewa tikar (di jalur utama-depan)

Foto 1 : Wawancara



Foto 2 : FGD



Sumber : Keduanya adalah dokumentasi pribadi

Subyek penelitian ini terutama adalah pemilik/pengelola *homestay* yang sekaligus juga sebagai anggota atau pengurus Pokdarwis. Selain itu juga pengunjung yang menginap sebagai pihak yang terlibat langsung dalam aktivitas pengelolaan *homestay*. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan 2 orang narasumber (anggota Pokdarwis), 1 orang narasumber sebagai pengurus Pokdarwis sekaligus pemilik *homestay* dan 2 orang pengunjung yang menginap. Selain itu juga observasi, data sekunder (laporan profil kelurahan dan Pokdarwis) dan FGD dengan Suku Dinas Pariwisata dan Pokdarwis pada tanggal 21-22 Agustus 2019 di Gedung Sasana Wisata Pulau Untungjawa seperti tampak dalam foto 2 (di atas). Penelitian ini pada dasarnya dilakukan dari bulan April s.d. Desember 2019 disesuaikan dengan anggaran yang diajukan ke institusi yaitu Unika Atma Jaya Jakarta.

Data yang diperoleh dari setiap proses pengambilan data dianalisis secara kualitatif dengan mencatat, mendiskusikan dan mendeskripsikan setiap temuan. Selanjutnya untuk memperoleh gambaran yang mendekati keadaan yang sebenarnya, dilakukan proses membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber termasuk hasil pengamatan (proses triangulasi). Selain itu juga dianalisis berdasarkan teori-teori yang dipergunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks pengembangan destinasi pariwisata menurut Damanik dan Weber (2006:11) antara lain harus memperhatikan konsep “3A” yaitu (1) Atraksi, merupakan obyek wisata itu sendiri yang dapat memberikan rasa kenikmatan bagi wisatawan, (2) Aksesibilitas, mencakup seluruh infrastruktur transportasi yang memudahkan wisatawan dalam menuju ke dan dari obyek wisata, dan (3) Amenitas, yang meliputi infrastruktur yang sebenarnya tidak langsung terkait tetapi memberikan kemudahan bagi wisatawan misalnya ATM, telekomunikasi, usaha persewaan (rental), buku petunjuk dan sebagainya.

Berdasarkan konsep “3A” ini maka kondisi destinasi pulau Untung Jawa secara garis besar dapat digambarkan sebagai berikut. Dari aspek atraksi, secara garis besar ada 10 atraksi (destinasi) unggulan yaitu, Pantai Arsa, Pantai Amterdam, Tugu Arsa, Pantai Jepang (Sakura), pantai Sentigi, Bumi Perkemahan, Hutan Mangrove, Pulau Sejarah dan Pulau Konservasi. Dari aspek aksesibilitas, khususnya transportasi menuju ke pulau Untung Jawa sangat mudah. Ada dua jalur utama, dari Muara Baru dan Tanjung Pasir. Dari Muara Baru ada banyak kapal yang cukup besar, biasanya menuju ke wilayah Kepulauan Seribu dan singgah di dermaga Untungjawa. Jika dari pantai Tanjung Pasir, kapalnya relative tidak terlalu besar. Menurut pengelola kapal, kapasitas kapal sekitar 60 – 150 orang. Kapal-kapal ini dikelola oleh “orang pulau” dan “orang darat” artinya sebagian kapal milik warga pulau Untung Jawa dan sebagian (besar) milik warga Tanjung Pasir. Kapal-kapal ini memiliki jadwal relatif tetap. Biasanya sekitar 2 jam sekali ada kapal yang berangkat dan kembali ke dermaga baik di Tanjung Pasir maupun di Untung Jawa. Dermaga di pulau Untung Jawa relatif cukup bagus dibandingkan dengan dermaga di Tanjung Pasir yang masih sangat tradisional (hanya menggunakan kayu-papan tebal) seperti tampak pada foto 3 dibawah ini :

Foto 3 : Situasi Dermaga di Pulau Untung Jawa



Sumber : Dokumentasi pribadi (2016)

Darai aspek amenities, seperti Damanik dan Weber (2006:11) pada dasarnya merupakan berbagai sarana yang tidak langsung terkait dengan pariwisata tetapi diperlukan karena memberikan kemudahan bagi wisatawan seperti ATM, telekomunikasi, usaha persewaan (rental), buku petunjuk dan sebagainya dapat dikatakan sudah relatif cukup lengkap. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya (Suharsono, Heru Prasadja dan Agnes Harnadi, 2016) disebutkan bahwa berbagai sarana pendukung pariwisata sudah tersedia cukup bagus. Demikian juga hasil observasi yang dilakukan selama melakukan proses penelitian dari tahun 2016 dan 2019 menunjukkan adanya peningkatan kualitas seperti penyewaan berbagai keperluan pribadi misal wc umum dan kamar mandi untuk bilas, penyewaan berbagai sarana atraksi, ATM (bank DKI), Puskesmas, cenderamata, penataan pedagang makanan dan minuman. Selain itu memang ada sebagian destinasi yang sudah tidak banyak difungsikan yaitu kawasan Bumi Perkemahan. Kondisi di atas merupakan situasi sebelum pandemi covid 19. Gambaran secara garis besar tentang penduduk dan mata pencaharian terlihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 1.

RW	Penduduk			Kepala Keluarga		
	LK	PR	JML	LK	PR	JML
01	465	461	926	235	31	266
02	373	326	699	176	23	199
03	407	354	761	174	23	197
JML	1.245	1.141	1.386	585	77	662

Sumber : Profil Kelurahan (Desember 2019)

Tabel 2 : Matapencaharian Penduduk Untung Jawa

No.	Matapencaharian	Jumlah (orang)	Keterangan
1	TNI/Polri	8	
2	Pegawai Negeri Sipil (ASN)	32	
3	Pegawai swasta	78	
4	Pedagang	117	
5	Nelayan	210	
6	Tukang Kapal	5	
7	Tukang bangunan (rumah)	11	
8	Penyelam	2	
9	PJLP	227	

Sumber : Profil Kelurahan (Desember 2019)

Tabel 1 dan 2 di atas pada dasarnya menggambarkan jumlah penduduk dan terutama adalah matapencaharian penduduk (tabel 2). Dari tabel terlihat bahwa matapencaharian penduduk sekitar 80% adalah nelayan, selebihnya adalah pegawai negeri sipil, TNI, swasta dan pedagang. Sebagai nelayan penghasilan sangat tergantung kepada kondisi dan “kemurahan” alam. Jika kondisi alam (laut) sedang kurang bersahabat maka mereka tidak bisa melaut sehingga penghasilan berkurang. Oleh sebab itu maka sebagian dari mereka (sekitar 52 KK) membuat usaha tambahan dengan membangun *homestay*. Sedangkan jumlah pengunjung selama tahun 2019 dapat dilihat dalam tabel di bawah ini :

Tabel 3 : Jumlah Pengunjung tahun 2019

Sem.	Jan		Feb		Maret		April		Mei		Juni		Total	
1	N	M	N	M	N	M	N	M	N	M	N	M	M	N
	3.673	1	3.458	-	6.388	4	6.346	3	3.373	-	35.763	98	59.001	106
Total	3.674		3.456		6.392		6.349		3.373		35861		59.107	
Sem	Juli		Agsts		Sept.		Okt.		Nov.		Des		Total	
2	N	M	N	M	N	M	N	M	N	M	N	M	M	N
	9,309	4	6.676	199	8.168	-	8.187	5	8.155	-	9.785	-	50.280	208
Total	9.313		6.875		8.168		8.192		8.155		9.785		50.488	

Sumber : Diolah dari Laporan Pokdarwis th 2019.

Dari tabel 3 di atas terlihat bahwa jumlah pengunjung pada semester 1 (januari –Juni) dan semester 2 (Juli – Desember) terlihat hampir sama. Yang menarik adalah jumlah pengunjung pada bulan Juni 2019, tinggi sekali, mencapai angka 35.763. Ternyata pada bulan Juni ada libur panjang hari raya Idul Fitri. Jika direrata tiap bulan sekitar 9.133 orang. Berdasarkan wawancara dengan narasumber utama dikatakan bahwa jumlah pengunjung yang

cukup ramai itu terutama pada masa libur sekolah dan akhir pekan (Sabtu dan Minggu). Berdasarkan pengamatan dan informasi dapat dikatakan bahwa banyak pengunjung yang datang pagi dan sore pulang lagi ke “darat” atau kota Tangerang dan sekitarnya. Demikian juga ketika peneliti menginap, terlihat bahwa tidak banyak pengunjung yang menginap. Hal ini menggambarkan perlunya upaya untuk meningkatkan pengunjung yang berwisata di wilayah Kepulauan Seribu dan khususny di pulau Untung Jawa untuk menginap. Kelemahan dalam penelitian ini, peneliti tidak dapat memperoleh data pengunjung yang menginap.

Usaha penyediaan *homestay* pada dasarnya merupakan usaha penyediaan jasa. Dari berbagai sumber antara lain Priansa (2017: 65-66) menyimpulkan bahwa pada dasarnya jasa adalah suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen dan tidak berujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan. Sebagai contoh ketika seseorang menginap di suatu *homestay* (akomodasi) bukan berarti akan memiliki kamar yang di “beli” atau disewa tersebut. Tetapi orang tersebut dapat merasakan melalui berbagai benda yang berujud (berbagai fasilitas) serta perilaku (pelayanan) yang diberikan oleh pemilik *homestay* tersebut, sehingga merasa nyaman. Selanjutnya dikatakan oleh Priansa (2017: 78) sebagai berikut :

“...bahwa konsumen akan memperhatikan benda berujud yang memberi layanan, sebagai patokan terhadap kualitas jasa yang ditawarkan. Tugas utama pengusaha jasa adalah mengelola benda berujud tersebut agar membirikan jasa yang memuaskan....”

Kutipan di atas pada dasarnya menggambarkan bahwa pemilik atau pengelola jasa harus memperhatikan berbagai benda yang berujud sebagai bagian dari pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan. Dalam kontek usaha jasa *homestay* maka beberapa benda berujud misalnya, tempat tidur yang nyaman, ruangan bersih, fasilitas kamar mandi bersih dan lengkap serta pelayanan dan interaksi yang menyenangkan. Dengan demikian wisatawan akan memperoleh kepuasan sesuai yang dibutuhkan.

Penataan kios/warung sudah cukup bagus sehingga memudahkan pengunjung untuk melihat dan memilihnya. Selain itu juga terlihat lebih rapih, indah, bersih dan nyaman. Demikian juga pembangunan jalan dan gang-gang yang menuju ke bagian tengah dan ujung Utara pulau sudah cukup bagus dan bersih. Dari pengamatan terlihat paling tidak 2 kali petugas kebersihan melakukan pembersihan jalan dan gang, yaitu pagi dan sore. Selain itu terlihat warga juga ikut membersihkan jalan dan halaman rumah masing-masing sehingga tampak lebih bersih, indah dan nyaman. Hal ini menggambarkan bahwa masyarakat pulau Untungjawa baik yang berusaha makanan dan minuman maupun mereka yang memiliki usaha *homestay* sudah sangat memperhatikan pentingnya konsep Sapta Pesona dalam pengelolaan destinasi pariwisata. Sapta Pesona dalam pengelolaan pariwisata meliputi aspek keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan dan kenangan. Dengan menjaga aspek-aspek yang terkait dengan sapta pesona maka akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan jasa. Demikian juga dalam pengelolaan *homestay* secara teknis harus memperhatikan aspek sapta pesona.

Namun demikian untuk pengelolaan, penyediaan fasilitas dan penataan kamar, berdasarkan observasi ketika menginap dan melihat di beberapa *homestay*, terlihat seperti dalam foto 4 dan 5 di berikut ini :

Foto 4 : Kamar mandi

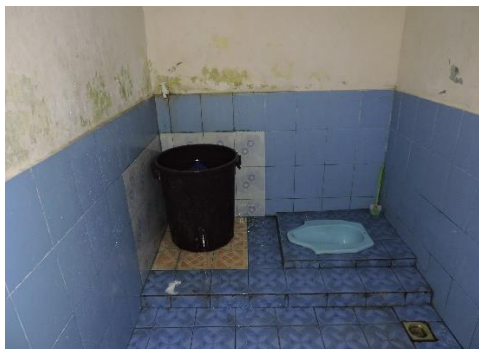
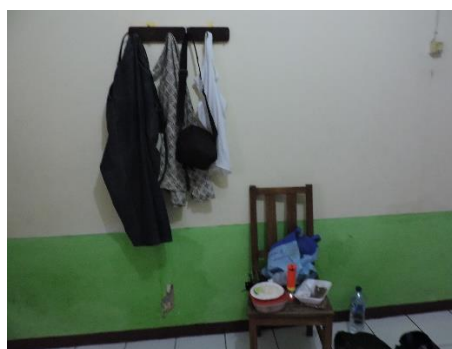


foto 5 : Fasilitas kamar



Sumber : Keduanya merupakan dokumentasi pribadi

Dari foto 4 dan 5 terlihat bahwa fasilitas kamar dapat dikatakan masih perlu ditingkatkan misalnya kebersihan dan kelengkapan kamar mandi seperti cat yang bersih, tempat sabun dan gantungan pakaian atau handuk sehingga lebih nyaman. Demikian juga untuk fasilitas kamar sebagian kamar tidur, seperti meja atau lemari untuk tempat pakaian atau barang-barang selama menginap. Ada beberapa kamar yang tidak memakai tempat tidur tetapi langsung “ngampar” dilantai dengan kasur busa. Berdasarkan wawancara dengan pengelola memang ada sebagian pengunjung yang lebih suka tidur langsung dilantai atau dengan karpet dengan alasan hawa yang cukup panas. Gambaran di atas menunjukkan bahwa masih diperlukan pelatihan dan pendampingan untuk pengelolaan *homestay* yang memiliki standar kebersihan dan fasilitas yang cukup memadai untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Terkait dengan pembahasan komunikasi interpersonal dalam penelitian ini pada dasarnya dibagi menjadi 2 (Dua) yaitu proses komunikasi antara pemilik *homestay* dengan pengunjung yang menginap dan antar pemilik *homestay*. Berdasarkan hasil wawancara, pengamatan dan FGD diperoleh gambaran bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan antara pemilik *homestay* dengan pengunjung pada dasarnya sudah dimulai sejak pengunjung mulai turun dari kapal motor penyeberangan di dermaga. Ketika wisatawan turun dan berjalan menuju kearah destinasi sudah disapa dan ditawarkan berbagai produk mereka mulai dari makanan, minuman hingga kebutuhan menginap. Ada sekitar 220 kamar yang dikelola oleh 51 keluarga. Letak atau posisi *homestay* secara garis besar dibagi menjadi tiga wilayah yaitu (1) berada disepanjang garis pantai bagian Selatan (pintu masuk), (2) bagian tengah dan (3) bagian Utara (pinggir pantai bagian Utara). Biasanya wisatawan yang menginap cenderung memilih lokasi *homestay* yang berada di sepanjang pantai bagian Selatan.

Berdasarkan pengamatan, posisi ini yang paling ramai dan dekat dengan berbagai fasilitas yang ada di pulau Untungjawa. Namun demikian banyak juga wisatawan yang menginap di *homestay* yang lokasinya berada di bagian tengah atau Utara. Mereka ini biasanya sudah pernah menginap dan sudah mengenal baik dengan pemiliknya sehingga interaksinya sudah sangat dekat. Kedekatan tersebut antara lain terlihat dari aktivitas yang dilakukan antara pemilik dengan wisatawan. Sebagai contoh ketika pagi hari mereka diajak keliling bersama mengitari pulau, terutama anak-anak. Selain itu juga disediakan minuman teh atau kopi serta jajanan lokal. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Wedatama dan Mardiansjah di desa wisata sekitar Borobudur, diperoleh gambaran bahwa interaksi

wisatawan dengan pemilik berjalan dengan baik sehingga terjadi pertukaran budaya yang saling melengkapi, terbuka sehingga saling memperoleh pengalaman baru. Saling berbagi informasi inilah yang membuat masyarakat semakin terbuka dan toleran terhadap perbedaan budaya. Demikian juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya, Sri dan Putri (Jurnal Kepariwisata dan Hospitality, Vol. 1, No. 1, April 2017, diunduh pada tanggal 3 Agustus 2019) yang meneliti *homestay* di Ubud, Bali. Hasil penelitian menggambarkan bahwa *homestay* bukan sekedar *home to stay* atau rumah untuk tinggal (menginap) saja tetapi juga tempat untuk saling belajar (*home to learn*). Intinya dengan tinggal menginap di *homestay* maka dapat saling belajar terutama adalah budaya masyarakat.

Berdasarkan wawancara dan pengamatan sebenarnya kamar-kamar yang disewakan dengan konsep *homestay* di pulau Untung Jawa tidak banyak. Seperti telah dijelaskan di atas bahwa *homestay* pada dasarnya merupakan kamar yang disewakan kepada wisatawan dan letaknya menjadi satu dengan pemiliknya. Dengan demikian maka akan terjadi interaksi yang lebih dekat. Fakta yang terjadi, sebagian besar kamar yang disewakan terpisah dengan pemiliknya, sehingga interaksi antara pemilik dan wisatawan yang menginap agak terbatas.

Berbeda dengan pengelola yang sudah memperhatikan prinsip pengelolaan *homestay* maka komunikasi interpersonal dapat terbangun mulai dari datang hingga wisatawan pulang. Dengan kemajuan teknologi komunikasi sekarang maka komunikasi dilanjutkan melalui wa (whatsapp) sehingga hubungan antar pribadi tidak terbatas ketika menjadi tamu. Bagi wisatawan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan pengelola *homestay*, hubungan tersebut akan terjalin terus menjadi hubungan pertemanan yang sangat dekat. Seperti dikatakan Effendi (2005:14) bahwa pada dasarnya komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang bersifat langsung dan dialogis. Pendapat ini pada dasarnya menggambarkan bahwa dengan komunikasi interpersonal maka antara pemilik dan wisatawan dapat saling memberikan informasi secara langsung dan berjalan dengan akrab. Aspek lain yang terjadi dalam komunikasi interpersonal adalah bahwa jika ada hal-hal yang kurang jelas dan diperlukan tanggapan (respon) maka dapat langsung diberikan pada saat komunikasi sedang berlangsung. Wisatawan yang datang ke suatu destinasi pada dasarnya ingin menikmati keindahan dan keunikan yang tidak didapatkan di tempat lain. Biasanya wisatawan ingin memperoleh informasi sebanyak-banyaknya tentang keunikan suatu destinasi. Disinilah pentingnya komunikasi interpersonal antara pemilik dan wisatawan untuk saling berbagi informasi. Selain itu juga untuk menjaga dan meningkatkan hubungan kekeluargaan, seperti terlihat dalam foto 6 di bawah ini :

Foto 6 : Jalan-jalan pagi dengan tamu



Foto 7 : Hutan mangrove



Sumber : keduanya dokumentasi pribadi

Foto 6 di atas menggambarkan situasi terjadinya komunikasi interpersonal yang akrab antara pemilik homestay dengan keluarga pengunjung. Dalam diskusi (ngobrol) yang sangat santai sambil menikmati hangatnya sinar matahari pagi dari sisi Utara pulau Untung Jawa dijelaskan bahwa 2 anak yang dibawa itu adalah anak dari 2 keluarga yang sedang menginap. Jika ada tamu yang membawa anak, pemilik homestay ini selalu mengajak jalan-jalan keliling pulau Untung Jawa. Demikian juga ketika tamunya mengajak jalan-jalan selalu ditemani sambil ngobrol dan menjelaskan destinasi yang dilihatnya, misal tentang pentingnya menjaga kelestarian hutan mangrove terutama yang berada disisi Utara pulau Untung Jawa sebagai tameng dari proses abrasi.

Selanjutnya dikatakan bahwa “.....ya alhamdulillah dengan cara-cara yang saya lakukan selama ini ya.... ada aja tamu yang langsung menghubungi saya ketika mau berkunjung ke Untungjawa.....dan biasanya mereka bagiin nomer kontak saya ke temen-temen mereka....”.

Ungkapan di atas pada dasarnya menggambarkan bahwa dengan komunikasi interpersonal maka selain terjadi hubungan yang secara personal baik juga secara tidak langsung menjadi sarana untuk promosi. Promosi dilakukan secara “gethok tular” (Bahasa Jawa) atau “dari mulut ke mulut” sering disebut juga model komunikasi *word of mouth*. Menurut asosiasi pemasaran *word of mouth* yang dikutip oleh Priansa (2017: 338) menyatakan bahwa pada dasarnya komunikasi *word of mouth* “...merupakan aktivitas konsumen yang memberikan informasi suatu merek atau produk kepada konsumen lain”.

Promosi dengan model komunikasi dari mulut ke mulut ini diyakini masih cukup efektif. Seperti dikatakan oleh Priansa (2017:340) sebagai akibat membanjirnya informasi maka orang akan lebih memperhatikan apa yang dikatakan (disarankan) oleh orang lain (keluarga , teman-teman) dalam menentukan keputusan untuk memilih suatu produk. Seperti dalam contoh di atas bahwa dengan mempraktekan komunikasi interpersonal yang baik maka berdampak pada tingkat hunian kamar yang disewakan tetap berjalan baik. Demikian juga seperti yang dikatakan oleh salah seorang pemilik “pondok” yang berlokasi di bagian depan (pintu masuk). Kebetulan pemilik ini, sebut saja “A” yang kebetulan memiliki keluarga (anak) yang tinggal di sekitar Tanjung Pasir. A jarang sekali ke Untungjawa, lebih banyak tinggal bersama anaknya di Tanjung Pasir. Kenapa penulis sebut “pondok”? karena bangunan yang dijadikan tempat penginapan itu sebagian besar berupa kamar untuk disewakan. Sebagian berupa kamar yang dipergunakan untuk pengelola/pemilik. Artinya bahwa sebagian kamar-kamar yang disewakan belum sepenuhnya seperti konsep *homestay*. Bagaimana A menjalin hubungan dengan pelanggannya ?. berdasarkan wawancara pada saat peneliti melakukan observasi dikatakan bahwa awalnya melalui pendekatan kekeluargaan, lama-lama terjalin hubungan yang baik dengan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi. Selanjutnya ketika tamu (wisatawan) datang kembali tinggal kontak via telpon dan langsung ke lokasi (pondok). A memiliki orang kepercayaan yang diminta untuk menjaga dan mengurus segala keperluan pondok. Dari kasus pengelolaan pondok milik A dapat disimpulkan bahwa unsur kepercayaan yang tinggi juga ikut berpengaruh terhadap keberhasilan pengelolaan pondok. Disini ditemukan bahwa ke depan perlu juga dikaji tentang aspek kepercayaan (*trust-modal sosial*) dalam pengelolaan destinasi pariwisata atau khususnya *homestay*.

Komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh antar pengelola (pemilik) *homestay* antara lain melalui koordinasi dengan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Pokdarwis secara rutin mengadakan pertemuan dengan anggota sebulan sekali. Selain itu jika ada kegiatan-kegiatan yang sifatnya tidak rutin dan mendesak maka akan dikoordinasikan kepada anggota, misalnya ketika akan diadakan pelatihan-pelatihan tertentu oleh dinas atau mitra. Selain itu secara rutin minimal 1 kali setahun diadakan pertemuan (FGD) bersama Suku Dinas Pariwisata kabupaten Kepulauan Seribu dan mitra. Melalui koordinasi ini maka diperoleh berbagai informasi termasuk yang dikategorikan sebagai masalah dalam mengelola *homestay*. Hasil kesepakatan yang dilakukan melalui FGD (21-22 Agustus 2019) Sebagai berikut :

Tabel 3 : Hasil FGD

Isu	Solusi/Kesepakatan
Tarif	Diusulkan ada batas bawah dan atas. Batas bawah Rp 250,000,- batas atas Rp 1.000.000.-
Sales	Diusulkan agar sales dibubarkan karena dianggap mengganggu kenyamanan wisatawan
Batas pengunjung	Perlu dibuat kesepakatan jumlah maksimal per kamar
Papan nama	Dibuat papan nama yang seragam dan petunjuk arah ke lokasi <i>homestay</i> .
Jumlah Tamu	Maksimal 6 orang
Fasilitas	Disediakan tempat sampah di setiap <i>homestay</i>
Layanan Makanan dan minuman	Masih cukup mahal. Selain itu bagi pedagang yang mendapat pesanan agar segera mengambil peralatan makan sehingga terlihat lebih bersih dan nyaman
Inovasi layanan	Perlu studi banding ke tempat destinasi lain yang mengelola <i>homestay</i> untuk meningkatkan kualitas pelayanan bagi wisatawan.

Sumber : Rangkuman Panitia FGD (Pokdarwis)

Tabel hasil FGD di atas pada dasarnya menggambar pentingnya kualitas pelayanan bagi pengunjung agar pengunjung terutama yang menginap merasa lebih nyaman. Jika diperhatikan maka pelayanan yang baik kepada wisatawan perlu dilakukan mulai dari dermaga, selama tinggal (menginap), fasilitas dan konsumsi.

Berdasarkan wawancara dan FGD diketahui bahwa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan khususnya dalam pengelolaan *homestay* di Untung Jawa. Pertama, disepakati bahwa disamping untuk menjaga kenyamanan wisatawan yang datang ke pulau Untung Jawa juga untuk memberi kesempatan kepada wisatawan untuk memilih atau menentukan sendiri kamar untuk menginap. Menurut beberapa peserta FGD dikatakan bahwa aselama ini ada beberapa orang yang sering “mencegat” wisatawan ketika baru turun dari kapal. Hal ini dianggap kurang adil. Dengan cara ini maka pengelola/pemilik *homestay* yang tidak

memiliki “orang” yang mereka sebut sebagai “seles” maka akan jarang mendapat tamu yang menginap. Hal ini terutama pada saat-saat sepi, bukan pada saat “liburan”. Situasi ini terutama dikeluhkan oleh pemilik homestay yang berada di bagian tengah dan Utara. Selain itu juga perlu dibuat petunjuk arah dan nama-nama homestay yang berada dibagian tengah dan Utara. Dengan demikian wisatawan dapat memilih sendiri sesuai dengan kondisi yang dilihatnya. Selain itu juga memberi kesempatan kepada wisatawan untuk mengenal lebih jauh tentang kondisi dan situasi Untung Jawa. Selain itu berdasarkan pengamatan di beberapa kamar masih terlihat adanya fasilitas yang kurang memadai terutama di kamar mandi, misal tidak ada tempat sabun, gantungan handuk atau pakaian kotor serta spreng yang terlihat sudah lama. Hal seperti ini juga perlu diperhatikan sebagai bentuk kualitas pelayanan kepada pengunjung.

Selain itu juga disepakati tentang tarif yang semula sebesar Rp 300.000,- per kamar per malam. Berdasarkan hasil FGD yang baru (Agustus 2019) kesepakatan tarifnya menjadi batas bawah Rp250.000,- dan batas atas Rp 1.000.000,- per malam dengan maksimal pengunjung 6 orang per kamar. Selain itu, jika wisatawan berpasangan, harus suami istri. Intinya tidak boleh ada pasangan yang bukan suami istri menyewa kamar (homestay) baik bermalam maupun dalam waktu tertentu. Sedangkan untuk rombongan harus diperhatikan agar norma susila tetap terjaga. Namun demikian menurut informasi salah satu narasumber, tetap ada saja yang kadang menyimpang dari kesepakatan tersebut. Untuk kasus ini dalam penelitian ini tidak didalami lebih lanjut. Tetapi sebagai informasi perlu untuk diperhatikan agar aspek keterbukaan dan keadilan tercapai.

Berdasarkan wawancara dan FGD diperoleh informasi bahwa akhir-akhir ini kunjungan wisatawan ke Untung Jawa agak sepi atau menurun dibanding 3 tahun sebelumnya. Disinilah pentingnya meningkatkan jejaring terutama melalui komunikasi interpersonal dan meningkatkan pelayanan yang lebih baik, misalnya kelengkapan fasilitas sesuai dengan aspek saptapesona (keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan dan kenangan) agar tamu merasa lebih senang dan nyaman.

PENUTUP

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pengelola *homestay* dengan wisatawan dan antar pengelola *homestay* mampu meningkatkan kualitas pelayanan pada wisatawan. Meskipun 3 tahun terakhir ini jumlah wisatawan yang berkunjung cenderung sepi, namun dengan intensitas komunikasi interpersonal yang dilakukan antara pengelola dengan wisatawan dan antar pengelola maka tetap ada saja pengunjung yang menginap. Untuk semakin meningkatkan kualitas pelayanan maka disepakati untuk tidak “mengejar” wisatawan di sepanjang dermaga (pintu masuk). Ini perlu dilakukan juga untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan. Sebagian pemilik pondok belum melakukan pengelolaan seperti konsep *homestay*. Sebagai saran untuk meningkatkan kualitas pelayanan *homestay*, perlu komunikasi lebih dekat dengan wisatawan, melengkapi fasilitas terutama kamar tidur dan kamar mandi. Selain itu masing-masing pengelola harus mentaati kesepakatan yang dibuat bersama (Pokdarwis).

REFERENSI

- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Basrowi dan Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Penerbit PT. Rineka Cipta.
- Damanik, Janianton O dan Helmut FW (2006). *Perencanaan Ekowisata : Dari Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Press.
- Damanik, Janianton (2013). *Pariwisata Indonesia antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- De Vito, Joseph A. (2007). *The Interpersonal Communication, everyday encounters*. USA: Pearson Education Inc.
- Effendi, Onong U. (2005). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktik*, cetakan ke 19. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Judisseno, Rimsky K.. (2017). *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisata, mengkaji kebijakan Pembangunan Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, Lexy J (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Muhadjir, H. Noeng (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Rake Sarasian.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.
- Spillane, James J. (1987). *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Strauss, Anselm dan Corbin, Juliet. (1997), *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif, prosedur, teknik dan teori grounded*. Surabaya: Penerbit PT. Bina Ilmu.
- Suharsono, Lukas D. (2013). *Komunikasi Bisnis, Peran Komunikasi Interpersonal dalam Aktivitas Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Caps.
- Yoeti, Oka A (2006). *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Media online :**
- Hairunnisa dan Noor, Muhammad (2018). Analisis KIM dalam Mewujudkan Informasi Publik di Desa Sidomulyo, Kecamatan Anggana Kukar. *Jurnal Riset Komunikasi (JURKOM)*, Vol 1 Nomor 1 Februari 2018, halaman : 57-69 (Diunduh Sabtu, 15 Agustus 2020)
- Nurdin, dkk. (2018). Efektivitas Sosialisasi Pencegahan Kebakaran Hutan dan Lahan pada Masyarakat di Desa Sungai Buluh Kecamatan Bunut, Kabupaten Pelalawan, Riau, Volume 1 Nomor 1 Februari 2018, halaman : 70-87 . (Diunduh Sabtu, 15 Agustus 2020)
- Wijaya, Sri dan Putri (*Jurnal Kepariwisata dan Hospitality*, Vol. 1, No. 1, April 2017, diunduh pada tanggal 3 Agustus 2019)
- Kompas.com (diunduh tanggal 2 Maret 2020)