

KEBUTUHAN DAN PERILAKU PENCARIAN INFORMASI WISATAWAN DI *TOURIST INFORMATION CENTER* PEMUDA SEMARANG

Fadia Sunaki^{*)}, Rukiyah, Lydia Christiani

*Jurusan Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275*

Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk dan jenis informasi yang dibutuhkan wisatawan dan perilaku pencarian informasi wisatawan di *Tourist Information Center Pemuda Semarang*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap enam wisatawan dan satu petugas layanan informasi berdasarkan purposive sampling. Penelitian yang dilakukan di *Tourist Information Center Pemuda Semarang* menghasilkan tiga hal yang menjadi poin penting. Pertama, kebutuhan informasi wisatawan dapat dilihat dari jenis dan bentuk. Kedua, perilaku pencarian informasi yang dilakukan wisatawan menunjukkan kesamaan dengan model Gursoy. Ketiga, wisatawan membutuhkan informasi terbaru yang dapat diakses dengan mudah*

Kata kunci: *kebutuhan informasi; pencarian informasi; wisatawan; *Tourist Information Center**

Abstract

*[**Tourist Information Need and Seeking Information Behavior in *Tourist Information Center Pemuda Semarang***] The purpose of this research is to know the form and type information that tourist information needed and tourist seeking information behavior in *Tourist Information Pemuda Semarang*. This research use qualitative-descriptive method. The data collecting are interview, observation and documentation study. Researcher is in-depth interview with six tourist and a information officer based on purposive sampling. This research results three important points. First, tourist information need based on type and form. Second, tourist seeking information behavior has a similiarity with Gursoy model. Finally, tourist need latest information easily access.*

Keywords: *information need; seeking information; tourist; *Tourist Infotmation Center**

^{*)} Penulis Korespondensi.

E-mail: fadiasunaki@gmail.com

1. Pendahuluan

Informasi merupakan sekumpulan data yang diolah menjadi suatu bentuk yang berguna bagi orang lain dalam mengambil keputusan. Informasi yang cepat dan tepat dibutuhkan bagi masyarakat untuk pengambilan keputusan. Saat ini informasi menjadi sebuah bahan atau komoditas yang penting bagi semua golongan masyarakat termasuk wisatawan.

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Dalam kegiatan pariwisata, wisatawan merupakan komponen penting sehingga prasarana pariwisata harus memadai. Prasarana pariwisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan para wisatawan. Saat ini pariwisata Jawa Tengah mulai dilirik oleh para wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Untuk itu prasarana pariwisata Jawa Tengah harus memadai terutama mengenai ketersediaan informasinya.

Masalah yang terjadi saat ini adalah akses informasi mengenai objek wisata di Jawa Tengah sangat terbatas, kurangnya kantor informasi yang dapat memandu wisatawan, kurangnya jumlah polisi wisata, rambu petunjuk pariwisata yang tidak jelas, letak peta pariwisata yang tidak merata mempengaruhi akses ke objek wisata sehingga menimbulkan kesenjangan informasi. Untuk mengatasi kesenjangan yang terjadi maka kebutuhan informasi wisatawan harus terpenuhi.

Kebutuhan informasi muncul karena adanya *gap* (kesenjangan informasi) antara informasi yang dimiliki oleh seseorang dengan informasi yang seharusnya dimiliki oleh orang tersebut untuk mendukung kegiatan sehari-hari (Kuhlthau, 1991: 361-370). Seorang wisatawan memerlukan informasi mengenai pariwisata untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Hal tersebut juga terjadi kepada para wisatawan Jawa Tengah. *Tourist Information Center* Pemuda Semarang berfungsi sebagai prasarana kebutuhan informasi wisatawan Jawa Tengah. Informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan Jawa Tengah berdasarkan jenis dan bentuknya.

Informasi mengenai pariwisata sangat berfungsi bagi seorang wisatawan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan sebagai usaha promosi kepariwisataan. Menurut Yoeti (2008: 128), informasi bagi wisatawan dilihat dari bentuknya terbagi menjadi dua yaitu:

1. Pemberian informasi secara tertulis umumnya ditulis dalam bentuk *guide book*, *brochure* dan *folders*. Berisi petunjuk perjalanan, objek-objek wisata, peta, makanan dan minuman, penduduk, keistimewaan-keistimewaan daerah tertentu dan *special event*.
2. Pemberian informasi secara lisan. Informasi yang disampaikan secara lisan kepada

wisatawan. Umumnya mereka datang ke *Tourist Information Center* atau *tour and travel* untuk mencari informasi.

Kebutuhan informasi wisatawan sangat beragam mulai dari akomodasi, destinasi wisata, penginapan sesuai dari faktor yang mempengaruhi. Untuk memenuhi kebutuhan informasi, seorang wisatawan akan melakukan pencarian informasi.

Kebutuhan seseorang akan informasi muncul karena adanya *gap* (kesenjangan) dan kesenjangan informasi ini dapat diatasi dengan informasi baru yang lebih relevan agar mencapai tujuan. Seseorang yang melakukan pencarian informasi akan membentuk suatu perilaku pencarian informasi. Menurut Yusup (2010: 101) perilaku pencarian informasi adalah suatu kegiatan atau aktivitas dari individu dalam mencari informasi yang dibutuhkan atau diinginkan dengan suatu tertentu. Dalam hal ini, wisatawan sebagai kelompok yang membutuhkan informasi memiliki perilaku pencarian yang aktif. Wisatawan selalu ingin mengetahui apa yang terjadi saat mereka sedang dalam perjalanan bahkan wisatawan mampu untuk membayar biaya untuk mengakses informasi yang relevan (Okoroma, 2014: 312-314). Selain memiliki perilaku pencarian informasi yang aktif, wisatawan juga memiliki perilaku pencarian informasi yang unik.

Wisatawan memiliki perilaku pencarian informasi yang unik. Seperti yang dikatakan oleh Gursoy (2004), wisatawan menggunakan pencarian internal dan eksternal. Pencarian internal dengan menggunakan pengalaman dan pengetahuan seorang wisatawan. Sedangkan pencarian eksternal dengan menggunakan keahliannya dalam pencarian sumber informasi di luar dirinya. Gursoy (2004: 366-368) membagi model perilaku pencarian informasi wisatawan ke dalam delapan kategori:

1. *Previous visits*. kunjungan sebelumnya ke tujuan merupakan salah satu faktor yang paling sering diperiksa kemungkinan untuk mempengaruhi pengetahuan awal tujuan turis, perilaku pencarian informasi wisatawan dan proses pengambilan keputusan.
2. *Intentional learning*. pembelajaran yang disengaja terjadi ketika belajar adalah tujuan utama selama pemrosesan informasi. Hal ini kemungkinan akan menyebabkan tingkat yang lebih tinggi keakraban dan keahlian atau wisatawan akan mengingat informasi lebih akurat.
3. *Incidental learning* menyatakan bahwa yang terjadi bahkan ketika belajar bukanlah tujuan pengolahan. Meskipun informasi yang dipelajari dengan cara ini tidak diproses secara menyeluruh, kemungkinan untuk meningkatkan pengetahuan subjektif turis dan kemudian keakraban mereka dengan tujuan dan atraksi.

4. *Familiarity* atau keakraban merupakan pengetahuan subjektif dan tahap awal pembelajaran, wisatawan cenderung untuk mendapatkan pengetahuan dan karenanya keakraban melalui proses pencarian yang sedang berlangsung. Keakraban dengan tujuan cenderung mempengaruhi perilaku pencarian informasi wisatawan dan proses pengambilan keputusan. Sebagai keakraban dengan peningkatan tujuan, wisatawan cenderung menganggap bahwa mereka memiliki informasi yang cukup dalam memorinya sehingga wisatawan dapat meminimalkan upaya pencarian eksternal dan memaksimalkan ketergantungan mereka pada pencarian internal.
5. *Expertise*, wisatawan yang tinggi dalam keahlian lebih mungkin untuk mengumpulkan informasi eksternal karena mereka tahu jenis apa yang wisatawan butuhkan dan di mana mendapatkannya. Oleh karena itu, meningkatkan keahlian kemungkinan untuk membuat wisatawan lebih efisien dalam pencarian eksternal, dan sebagai hasilnya, kemungkinan untuk mengurangi biaya pencarian eksternal.
6. *Cost of internal search*, Biaya ini ditentukan oleh upaya kognitif yang diperlukan dan hasil yang diharapkan. Upaya termasuk proses kognitif seperti evaluasi, integrasi, dan upaya yang ditujukan untuk pengambilan informasi internal yang tersedia.
7. *Cost of external search*, pencarian didominasi eksternal, yang melibatkan banyak waktu dan berbagai sumber. Waktu yang dihabiskan (diinvestasikan) dalam pencarian sering dianggap sebagai biaya eksternal yang paling penting dan umumnya diterima sebagai yang mempengaruhi tingkat pencarian eksternal.
8. *Involvement*, keterlibatan wisatawan meningkat, wisatawan cenderung untuk memanfaatkan sumber-sumber eksternal yang lebih untuk mengumpulkan informasi tambahan tentang atribut penting, kekuatan dan kelemahan masing-masing tujuan, dan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dihasilkan wisatawan. Oleh karena itu, peningkatan keterlibatan wisatawan cenderung meningkatkan pemanfaatan kedua sumber eksternal dan internal.

Wisatawan akan terus melakukan pencarian informasi dan akan berhenti mencari informasi apabila informasi sudah sesuai dengan kebutuhan. Jika informasi yang didapatkan belum sesuai dengan kebutuhan, maka wisatawan akan mencari informasi kembali dengan menggunakan berbagai cara. Kebutuhan informasi mendorong seorang wisatawan melakukan

pencarian informasi. Pencarian ini akan dilakukan dengan berbagai macam cara sampai pengguna mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Sehingga menghasilkan suatu pola perilaku pencarian informasi. Hal ini merupakan bukti bahwa kebutuhan informasi mempunyai keterkaitan yang erat dengan perilaku pencarian informasi. Sehingga mengkaji kebutuhan dan perilaku pencarian informasi wisatawan di *Tourist Information Center* Pemuda Semarang dengan mengetahui jenis dan bentuk informasi yang dibutuhkan wisatawan dan bagaimana cara wisatawan mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang baru sedikit diketahui sehingga membuka wawasan baru mengenai fenomena tersebut (Strauss, 2009: 5). Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Peneliti memilih jenis penelitian studi kasus karena peneliti ingin mengkaji dan memahami secara mendalam mengenai suatu fenomena tertentu yang memungkinkan untuk diungkapkan.

Untuk menentukan informan peneliti menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan pengambilan *sampling nonprobability* dengan menggunakan pertimbangan yang mendalam dalam memilih orang-orang atau kelompok yang dinilai paling baik untuk diteliti (Bouma dalam Hamidi, 2008: 88). Dengan teknik ini, peneliti dapat menentukan informan berdasarkan kriteria informan yang ditentukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian. Peneliti mengambil informan sebanyak 7 orang terdiri dari 6 orang wisatawan dan satu orang informan kunci. Enam orang wisatawan yang dipilih menjadi informan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yaitu wisatawan baik laki-laki maupun perempuan, berusia 18-50 tahun, dan akan melakukan perjalanan wisata di Jawa Tengah dan datang ke *Tourist Information Center* Pemuda Semarang. Sedangkan untuk informan kunci adalah petugas layanan jasa informasi *Tourist Information Center* Pemuda Semarang. Informan kunci yang dipilih oleh peneliti karena petugas layanan jasa informasi berinteraksi secara langsung dan memberikan informasi kepada wisatawan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan studi dokumentasi.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau yang diwawancarai, yaitu para wisatawan yang datang ke

Tourist Information Center Pemuda Semarang dan informan kunci, yaitu pegawai *Tourist Information Center* Pemuda Semarang. Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah buku-buku mengenai kebutuhan dan perilaku pencarian informasi dan pariwisata; jurnal penelitian yang berhubungan dengan kebutuhan dan perilaku pencarian informasi wisatawan; maupun publikasi-publikasi yang diterbitkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Tengah.

Setelah melakukan pengolahan data, maka selanjutnya adalah membuat rancangan analisis data. Rancangan analisis data dibuat untuk membantu peneliti dalam menemukan hasil penelitian. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu mendeskripsikan atau menjabarkan secara mendalam kebutuhan informasi wisatawan di *TIC* Pemuda Semarang. Proses analisis data antara lain reduksi data, kategorisasi dan menyusun kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Kebutuhan Informasi Wisatawan di *Tourist*

Information Center Pemuda Semarang

Informasi mengenai pariwisata sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan informasi wisatawan. Informasi yang menjelaskan mengenai pariwisata baik suatu negara atau daerah tertentu sangat berguna untuk menarik minat wisatawan yang datang. Oleh karenanya diperlukan sumber informasi yang cepat, akurat dan relevan. Dalam hal ini, *Tourist Information Center* Pemuda Semarang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para wisatawan yang berlibur di Jawa Tengah melalui berbagai jenis dan bentuk informasi. Dalam memenuhi kebutuhan informasi, wisatawan memerlukan informasi berdasarkan jenisnya. Jenis informasi yang wisatawan butuhkan mengenai objek dan daya tarik wisata, hotel dan akomodasi, transportasi, makanan khas daerah, restoran dan kegiatan budaya masing-masing daerah di Jawa Tengah. *Tourist Information Center* Pemuda Semarang sudah memberikan jenis informasi tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasi wisatawan. *Tourist Information Center* Pemuda Semarang memberikannya dalam bentuk tertulis dan lisan.

Bentuk informasi lisan dan tertulis yang diberikan oleh *Tourist Information Center* Pemuda Semarang dapat memenuhi kebutuhan informasi wisatawan. Wisatawan akan mendapatkan informasi lisan dengan datang langsung ke *Tourist Information Center* Pemuda Semarang atau melalui telepon. Wisatawan memilih informasi lisan karena memiliki informasi yang lebih terperinci dan dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan informasi. Wisatawan tetap membutuhkan informasi tertulis untuk melengkapi informasi lisan.

Informasi tertulis yang disediakan oleh *Tourist Information Center* Pemuda Semarang berupa brosur, guide book dan leaflet bagi wisatawan yang datang sedangkan bagi wisatawan yang tidak datang ke *Tourist Information Center* Pemuda Semarang dapat mengakses informasi melalui website, email, facebook dan twitter yang dikelola oleh *Tourist Information Center* Pemuda Semarang. Beberapa wisatawan lebih memilih informasi tertulis sebagai bentuk informasi yang lebih utama. Hal ini dikarenakan informasi tertulis dapat dipercaya kebenarannya dan dapat dibaca kapan saja. Selain itu *Tourist Information Center* Pemuda Semarang menyajikan informasi tertulis menggunakan bahasa asing seperti bahasa Inggris. Bentuk informasi tertulis masih harus dilengkapi dengan bentuk informasi lisan. Bentuk informasi tertulis dan lisan tidak dapat digunakan sebagai satu-satunya bentuk informasi yang dibutuhkan wisatawan. Kedua bentuk informasi ini dapat saling melengkapi untuk memenuhi kebutuhan informasi wisatawan.

Dengan berbagai macam jenis dan bentuk informasi yang disediakan oleh *Tourist Information Center* Pemuda Semarang dapat memenuhi kebutuhan informasi wisatawan. Kebutuhan informasi muncul karena adanya kesenjangan informasi yang dimiliki oleh para wisatawan. Kesenjangan itu terjadi karena belum ada informasi atau informasi yang dimiliki wisatawan belum cukup dan menimbulkan pertanyaan-pertanyaan lain. Untuk menjembatani kesenjangan tersebut, seorang wisatawan dapat menggunakan informasi yang dimilikinya dan informasi diluar dirinya. Beberapa wisatawan yang datang ke Jawa Tengah memiliki kesenjangan informasi yang terjadi pada dirinya karena belum adanya pengetahuan yang dimiliki wisatawan mengenai pariwisata Jawa Tengah. Dengan datang ke *Tourist Information Center* Pemuda Semarang, kebutuhan informasi wisatawan dapat dijemabatkan.

Sedangkan beberapa wisatawan yang datang ke *Tourist Information Center* Pemuda Semarang untuk mendapatkan informasi mengenai pariwisata di Jawa Tengah sebelumnya telah mendapatkan informasi dari sumber lain. Informasi tersebut tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan informasi yang telah dimiliki. Dan timbul pertanyaan-pertanyaan dalam diri wisatawan sehingga menyebabkan terjadinya kesenjangan. Wisatawan merasa *Tourist Information Center* Pemuda Semarang dapat menjembatani kesenjangan tersebut dengan informasi yang diberikan dalam bentuk lisan dan tertulis. Inilah upaya wisatawan untuk memenuhi kebutuhan informasi dengan datang ke *Tourist Information Center* Pemuda Semarang. Upaya untuk mendapatkan informasi dapat disebut sebagai perilaku pencarian informasi.

3.2. Perilaku Pencarian Informasi Wisatawan di Tourist Information Center Pemuda Semarang

Kebutuhan akan informasi memicu seorang wisatawan untuk melakukan pencarian informasi. Wisatawan dalam memenuhi kebutuhan informasi memiliki perilaku pencarian informasi yang aktif. Seorang wisatawan akan mencari informasi yang dibutuhkan bahkan sampai rela membayar informasi tersebut. Informasi terkini mengenai pariwisata menjadi kebutuhan para wisatawan. Oleh karena itu, *Tourist Information Center* Pemuda Semarang sebagai pusat informasi harus dapat menyediakan informasi terkini mengenai pariwisata Jawa Tengah.

Tourist Information Center Pemuda Semarang melakukan *update* informasi mengenai pariwisata Jawa Tengah dengan menggunakan media sosial atau website. Tetapi, informasi yang telah diperbaharui akan ditambahkan penjelasan, jika ada yang bertanya melalui media tersebut. Selain memiliki perilaku pencarian informasi yang aktif, wisatawan juga memiliki perilaku pencarian informasi yang unik seperti delapan model perilaku pencarian informasi Gursoy (2004).

Pertama, informasi yang didapat dari kunjungan wisatawan sebelumnya. Apabila seorang wisatawan ingin melakukan perjalanan wisata ke negara atau daerah yang pernah ia kunjungi sebelumnya, maka wisatawan tersebut telah memiliki pengetahuan mengenai tempat tersebut. Informasi yang telah wisatawan miliki inilah yang akan menjadi pengetahuan awal wisatawan dalam menentukan tujuan wisata. Dengan memeriksa pengetahuan dan pengalaman wisatawan yang pernah mengunjungi daerah tersebut merupakan salah satu cara untuk melakukan pencarian informasi. Pengaruh kunjungan sebelumnya dalam melakukan pencarian informasi tujuan wisata yaitu pada pilihan dan memilih tempat wisata. Wisatawan yang pernah melakukan kunjungan sebelumnya sudah mengetahui kegiatan apa saja yang dapat dilakukan dan tempat wisata yang akan dipilihnya. Informasi yang telah wisatawan dapatkan dari kunjungan sebelumnya akan menjadi perhatian wisatawan untuk memilih destinasi wisata.

Kedua, pembelajaran yang disengaja. Dengan pembelajaran yang dilakukan dengan disengaja, mengakibatkan informasi yang wisatawan peroleh menjadi lebih akurat. Dengan pembelajaran, yang dilakukan dengan disengaja, mengakibatkan informasi yang wisatawan peroleh menjadi lebih akurat.

Ketiga, pembelajaran yang tidak disengaja. Informasi yang didapatkan melalui proses pembelajaran yang tidak disengaja tidak diproses secara menyeluruh. Informasi tersebut memberikan dampak pada peningkatan pengetahuan subjektif dan keakraban wisatawan dengan tujuan dan daya tarik wisata.

Wisatawan akan mendapatkan pembelajaran berupa pengalaman yang didapatkan selama perjalanan wisata. Pengalaman tersebut akan menjadi informasi baru bagi wisatawan dalam menentukan destinasinya.

Keempat, keakraban ini juga yang dapat mempengaruhi seorang wisatawan dalam memilih tujuan wisata. Keakraban ini terjadi ketika seorang wisatawan sudah memiliki informasi yang cukup dalam dirinya. Informasi baru yang dimiliki wisatawan yang diperoleh dari keakraban dapat menghasilkan keakraban bagi wisatawan dalam pencarian informasi.

Kelima, keahlian untuk mencari informasi dilakukan dengan memanfaatkan sumber-sumber di luar diri wisatawan. Wisatawan biasanya sudah mengetahui informasi mengenai apa saja yang dibutuhkannya dan darimana informasi tersebut didapatkan. Sehingga dapat mengurangi waktu untuk melakukan pencarian informasi. Dengan keahlian yang dimiliki wisatawan sudah mengetahui cara untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkannya. Hasil dari pencarian informasi tersebut akan mempengaruhi keputusan memilih tujuan wisata.

Keenam, biaya eksternal yang digunakan dalam pencarian informasi merupakan waktu yang dihabiskan untuk memperoleh informasi. Apabila dalam pencarian informasi wisatawan mendapatkan informasi mengenai destinasi wisata yang menarik dengan cepat dan mereka ingin untuk datang maka mereka akan memilih tempat tersebut. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam mengambil keputusan mengenai destinasi wisata.

Ketujuh, Strategi menggunakan sumber internal dalam pengambilan keputusan merupakan biaya pencarian internal. Informasi yang dimiliki oleh wisatawan akan disesuaikan dengan kebutuhan dan keadaan wisatawan sehingga menghasilkan keputusan. Strategi pemilihan destinasi wisata berdasarkan keunikan yang diketahuinya seperti objek wisata dan makanan khasnya. Pengetahuan mengenai tujuan wisata yang bervariasi menimbulkan kebingungan dalam memilih. Untuk menentukan tempat wisata, wisatawan dapat juga menyesuaikan dengan kemampuan keuangannya. Wisatawan juga akan memilih objek wisata yang memiliki kemudahan akses. Ini menunjukkan bahwa strategi penggunaan sumber informal dengan menggunakan upaya kognitif dapat menghasilkan keputusan yang diharapkan.

Kedelapan, keterlibatan wisatawan dalam proses pemecahan masalah, mengenali masalah, melakukan pencarian informasi secara aktif, mengevaluasi alternatif dan mengambil keputusan destinasi wisata. Peningkatan keterlibatan wisatawan cenderung meningkatkan pemanfaatan kedua sumber eksternal dan internal. Wisatawan sebelum datang ke tempat yang dikunjunginya telah mencari informasi melalui orang lain yang mengetahui atau telah datang ke tempat

tujuannya. Akan tetapi informasi yang telah diperolehnya masih belum memenuhi kebutuhan informasinya. Kemudian wisatawan akan melakukan pencarian kembali dan mengatur destinasi wisata yang akan dituju dengan informasi yang didapatkan dari hasil pencarian. Oleh karena itu, wisatawan memiliki perilaku pencarian informasi yang unik dengan menggunakan berbagai cara dan sumber informasi.

Wisatawan dapat menggunakan berbagai macam cara dan sumber informasi yang disediakan oleh *Tourist Information Center* Pemuda Semarang seperti dengan datang langsung maupun dengan tidak langsung datang ke *Tourist Information Center* Pemuda Semarang. Wisatawan mencari informasi dengan datang ke *Tourist Information Center* Pemuda Semarang atau mencari informasi melalui website, media sosial dan telepon *Tourist Information Center* Pemuda Semarang. Dengan pencarian informasi dalam memenuhi kebutuhan informasi yang dilakukan oleh wisatawan akan membentuk suatu perilaku pencarian informasi. Oleh karena itu, adanya hubungan antara kebutuhan informasi dengan pencarian informasi.

3.2. Hubungan antara Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Wisatawan di *Tourist Information Center* Pemuda Semarang

Kebutuhan akan informasi muncul karena adanya kesenjangan informasi dalam dirinya yang dapat dijumpai dengan pengetahuan baik dalam dirinya maupun diluar dirinya. Wisatawan memerlukan informasi lain yang lebih terkini yang berhubungan dengan wisata untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan tujuan wisata. Hal ini menimbulkan upaya pencarian informasi agar memenuhi kebutuhan informasi.

Upaya pencarian informasi yang dilakukan oleh wisatawan bersifat aktif karena wisatawan akan terus melakukan pencarian sampai informasi tersebut cukup. Perilaku informasi merupakan karakteristik perilaku manusia dalam hal ini wisatawan yang relevan dalam memenuhi kebutuhan informasi. Sehingga membentuk perilaku pencarian informasi wisatawan.

Wisatawan tidak memiliki informasi mengenai tujuan wisatanya yakni Jawa Tengah. Untuk itu wisatawan membutuhkan informasi mengenai pariwisata Jawa Tengah. Kemudian wisatawan akan memproses semua informasi yang dimilikinya. Jika informasi tersebut masih belum cukup atau memiliki kesenjangan maka wisatawan akan melakukan pencarian melalui berbagai cara. Salah satunya adalah sumber informasi berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh dirinya dan orang lain bahkan pihak terkait lainnya. Sumber informasi dapat didukung oleh sistem informasi. Sistem informasi yang dapat digunakan oleh wisatawan melalui website dan media sosial yang diorganisasikan

oleh pusat informasi seperti *Tourist Information Center* Pemuda Semarang. Dengan melakukan pencarian melalui sumber informasi dan sistem informasi, kemudian informasi akan dipilih. Apabila pencarian yang telah dilakukan menghasilkan kepuasan bagi wisatawan yang mencari informasi maka kebutuhan akan informasi telah terpenuhi. Sebaliknya, jika informasi belum cukup untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, maka wisatawan akan melakukan pencarian informasi kembali

Kebutuhan akan informasi seorang wisatawan berkaitan erat dengan perilaku pencarian informasi. Untuk memenuhi kebutuhan informasi, wisatawan harus melakukan pencarian informasi. Informasi yang selalu baru merupakan informasi yang paling dicari wisatawan. Pencarian informasi tersebut dilakukan dengan berbagai macam cara sehingga menimbulkan suatu pola perilaku pencarian informasi.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kebutuhan dan perilaku pencarian informasi wisatawan di *Tourist Information Center* Pemuda Semarang dapat diambil kesimpulan bahwa kebutuhan informasi wisatawan terjadi karena adanya kesenjangan berupa pertanyaan yang timbul dari dalam dirinya, sedangkan pengetahuan yang wisatawan miliki belum cukup untuk menjawab pertanyaan tersebut. Sehingga peran *TIC* Pemuda Semarang dibutuhkan untuk menjembatani kesenjangan tersebut dengan memberikan informasi mengenai objek dan daya tarik wisata, penginapan dan akomodasi, transportasi, rumah makan, makanan khas daerah dan acara atau kegiatan budaya di masing-masing daerah di Jawa Tengah. Informasi tersebut diberikan dalam bentuk lisan maupun tertulis. Bentuk informasi tertulis yang diberikan *TIC* Pemuda Semarang kepada wisatawan yang datang langsung, yaitu *leaflet*, brosur, *guide book*. Selain itu, untuk wisatawan yang tidak datang ke *TIC* Pemuda Semarang dapat mengakses informasi tertulis melalui media elektronik berupa website dan media sosial seperti *email*, *facebook* dan *twitter*. Sedangkan, untuk mendapatkan informasi lisan, para wisatawan dapat langsung datang ke *TIC* Pemuda Semarang dan melalui telepon.

Wisatawan perlu melakukan pencarian informasi untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Pencarian informasi tersebut dilakukan dengan berbagai macam cara sehingga menimbulkan suatu pola perilaku pencarian informasi. Perilaku pencarian informasi yang terjadi pada wisatawan menggunakan model Gursoy yaitu kunjungan sebelumnya, pembelajaran yang sengaja dilakukan, pembelajaran yang tidak sengaja dilakukan, keakraban dengan sumber informasi,

keahlian dalam pencarian sumber informasi, biaya pencarian internal berupa waktu yang dihabiskan, biaya pencarian eksternal berupa strategi dalam proses kognitif, dan keterlibatan wisatawan dalam memilih keputusan destinasi wisata. Hal ini menunjukkan perilaku pencarian informasi wisatawan yang unik. Wisatawan juga melakukan pencarian informasi secara aktif dengan menggunakan berbagai macam cara dan sumber informasi sampai wisatawan merasa informasinya cukup. Oleh karena itu, informasi terkini mengenai pariwisata harus dipenuhi oleh TIC Pemuda Semarang agar dapat memenuhi kebutuhan informasi wisatawan dalam pencarian informasi.

Daftar Pustaka

- Belkin. 1982. "Ask for Information Retrieval: Part I Background and Theory" *The Journal of Documentation*. Vol. 38. No. 2. London: The City University.
- Bungin, Burham. 2009. *Penelitian Kualitatif: komunikasi, ekonomi dan sosial*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Case, Donald O. 2002. *Looking for Information: a survey of research on information seeking, needs and behaviour*. California: Academic Press.
- G G Chowdhury. 2010. *Introduction to Modern Information Retrieval*. London: Facet Publishing
- Gursoy, Dogan. 2004. "An Integrative Model of Tourist's Information Search Behaviour" *Annals of Tourism Research*. Vol. 31, No. 2. USA: Washington State University.
- Hamalik, Oemar. 1978. *Travel and Tour: Asas-Metode dan Teknik*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Hamidi. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Handini, Kiki. 2013. *Kebutuhan Informasi Wanita Pekerja Seks di Resosialisasi Argorejo Semarang*. Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.
- Kartika, Widyana Dewi. 2012. *Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Peneliti: Studi Kasus di Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia*. Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.
- Kuhlthau, Carol C. 1991. "Inside the Search Process: Information Seeking from the User's Perspective" *Journal of the American Society For Information Science*. USA: New Jersey.
- Mutma'inah, Nafsil. 2013. *Kebutuhan Informasi Masyarakat Desa Hutan Kabupaten Pekalongan*. Skripsi Sarjana Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.
- Okoroma, Francisca Nwakaego. 2014. *Information repackaging to target groups for a fee: A strategic plan*. (online). Vol. 3, No. 5. (<http://www.sciencepublishinggroup.com/j/edu>). Diakses 26/4/2015.
- Ross, Glenn F. 1998. *Psikologi Pariwisata: The Epsychology of Tourism*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Saviolainen, Reijo. 2006. "Information Use as Gap-Bridgin: The Viewpoint of Sense-Making Methodology" *Journal of the America for Information Science and Technology*. Finland: University of Tampere.
- Soekadijo, R. G. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Spillane, James J. 1987. *Pariwisata Indonesia: sejarah dan prospeknya*. Jakarta: Kanisius.
- Strauss, Ansem. Corbin, Juliet. 2009. *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif: tata langkah dan teknik-teknik teoritisasi data*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suwantari, I Gusti Wahyu Eka. 2012. *Kepuasan Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan "Tourist Information Center" di Jalan Padman Utara Legian Kuta*. Tesis Magister Program Studi Kajian Pariwisata Universitas Udayana.
- Suwanto, Sri Ati. 1997. *Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Dosen Fakultas Kedokteran UNDIP dan UNISSULA Semarang*. Tesis Magister Universitas Indonesia.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2014. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish
- Wilson, T.D. 1999. "Models in Information Behavior Research" *The Jurnal of Documentation*. vol 55, no. 3. London: The Association for Information Management.
- Yoeti, Oka A. 2008. *Ekonomi Pariwisata: introduksi, informasi dan aplikasi*. Jakarta: Kompas.
- _____. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yusup, Pawit M. 2010. *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi: information retrieval*. Jakarta: Kencana Prenada Media
- _____. 1995. *Pedoman Praktis Mencari Informasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.