

## PERILAKU KOMUNIKASI ANTARA PEMANDU WISATA DAN WISATAWAN DALAM WISATA SEJARAH DI KOTA BANDUNG

Erlianvi Dwi Pratiwi<sup>1</sup>, Mohamad Syahriar Sugandi, SE., M.I.Kom<sup>2</sup>

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Jalan Telekomunikasi Terusan Buah Batu No. 1 Bandung, Jawa Barat 40257

Email: erlianvidwi@students.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, syahriar@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

---

### ABSTRAK

Peneliti ini meneliti komunitas Aleut karena komunitas ini berbeda seperti pemandu wisata pada umumnya. Karena komunitas Aleut ini berangkat dari komunitas dan pariwisata di kota Bandung. Oleh karena itu, peneliti akan melihat pada perilaku komunikasi pemandu wisata dan wisatawan dalam wisata sejarah di kota Bandung oleh komunitas Aleut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang menjelaskan pengalaman komunitas Aleut dan wisatawan dalam berinteraksi dan berkomunikasi secara efektif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dan pengumpulan dokumen. Analisis data menggunakan teori interaksi simbolik. Berdasarkan hasil penelitian, sebelum melakukan kegiatan komunitas Aleut melakukan persiapan, perencanaan dan pelaksanaan. Serta pemandu wisata menyesuaikan diri kepada wisatawan dengan komunikasi verbal secara intonasi, berbicara jelas dan ringkas, dan humor. Untuk komunikasi nonverbal dilakukan dengan mimik wajah, kontak mata, timing serta menggunakan pakaian rapih. Pemandu wisata juga menyamakan persepsi menggunakan bahasa yang di mengerti dan dipahami, menyimak dengan baik serta membuka sesi pertanyaan kepada wisatawan. serta menggunakan makna pesan dengan mengumpulkan foto-foto jaman dahulu, menanyakan makna kepada narasumber langsung, dan proses menyampaikan makna pesan secara fakta dan opini, setelah kegiatan selesai dilakukan evaluasi.

Kata kunci : Perilaku komunikasi, Teori Interaksi Simbolik, komunikasi verbal dan nonverbal, dan komunikasi efektif.

Kata kunci : Perilaku komunikasi, Teori Interaksi Simbolik, komunikasi verbal dan nonverbal, dan komunikasi efektif.

---

### ABSTRACT

*The researchers studied Aleut communities because they were different from the average tourist guide. As this Aleut community departed from the community and tourism of Bandung. Thus, researchers will look at communication behaviors of tour guides and tourists in history Tours of the city of Bandung by the Aleut community. This research using qualitative method and phenomenological approach, which explained communication experience between the Aleut group dan tourists. The technique in getting data by indepth interview, observation dan document. The data was analized with symbolic interaction. Based on research, before performing community activities Aleut did preparations, planning and implementation. And tour guides adapt to the tourists by intonation verbal communication, clear, concise speech, and humor. For nonverbal communication made with facial expression, eye contact, timing and clothing. The tour guide also likens perception to an understood and understood language, listens well and opens questions to tourists. And use the message's meaning by collecting ancient photographs, asking meaning to direct sources, and the process of relaying the message's meaning in fact and opinion, after the activity is finished, an evaluation is carried out.*

*Keywords : communication behaviour, symbolic interaction theory, verbal and non verbal communication.*

---

### 1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata di Indonesia semakin hari semakin tumbuh sebagai sektor unggulan yang mampu memberikan kontribusi positif sebagai penyumbang devisa negara. Setiap tahunnya terjadi peningkatan wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat, karena memiliki potensi pariwisata sejarah. Dilansir dari jabarprov.go.id, kondisi pariwisata di Jawa Barat menunjukkan kontribusi yang proporsional dengan potensi pariwisata yang dimiliki pada masing-masing daerah yang berada di Jawa Barat. Pengembangan pariwisata harus mempertimbangkan selera pasar yang potensial menjadi demand. Produk-produk yang berorientasi pasar (Customer Oriented) dengan mempertimbangkan daya dukung sumberdaya dan lingkungan yang optimal akan mampu mencapai konsumen dan kualitas produk yang proporsional serta mampu memberikan kontribusi pendapatan yang maksimal.

Pemilihan kota Bandung sebagai riset penelitian karena kota Bandung banyak dikunjungi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Selain banyak objek wisata, kota Bandung merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Barat. Dilansir dari jakarta.com, kondisi pariwisata di kota Bandung telah paripurna. Mulai dari atraksi, aksesibilitas, hingga amenities

(3A) kota Bandung sudah lengkap. Pemerintah kota (Pemkot) Bandung akan memperkuat destinasi yang telah ada. Di dalam memperkuat destinasi wisata, dibutuhkan sikap proiritas untuk destinasi yang akan dikembangkan.

Melihat peluang wisata sejarah yang ada di kota Bandung, komunitas Aleut berusaha untuk mempromosikan dan mengajak wisata domestik dan wisata mancanegara untuk berkunjung ke wisata sejarah kota Bandung. Komunitas Aleut adalah suatu komunitas yang anggotanya sebagian besar berlatar belakang dari golongan akademis, mereka berperan besar dalam melakukan kegiatan promosi pariwisata dengan memberikan informasi maupun edukasi tentang objek wisata di kota Bandung atau dalam garis besarnya mereka adalah pemandu wisata. Di resmikan sejak 2006 di kota Bandung. Keberadaan komunitas Aleut di kota Bandung. Sehingga, mempermudah wisatawan mendapatkan pengetahuan yang belum diketahui dan belum terkenal di kota Bandung. Komunitas Aleut menggunakan sarana pemasaran dan kegiatan melalui media online dan digital. Dilansir dari detik.com, Aleut dalam Bahasa Sunda artinya berjalan beriringan untuk melihat satu tempat ke tempat lain serta mempelajari suatu sejarah. Komunitas yang dirintis Ridwan Hutagalung (direktur Program Radio Mustika FM Bandung) dalam mengemas aneka kegiatan edukatif melalui apresiasi sejarah dan wisata, apresiasi film dan musik, penulisan, penelitian kecil dan lainnya. Para anggota akan dituntun oleh beberapa pemandu yang sudah menyerap sejarah tempatnya.

Wisatawan yang berkunjung ke komunitas Aleut harus mengisi data dan dikenakan biaya lima belas ribu untuk biaya administrasi. Dengan membayar uang, wisatawan sudah masuk dalam bagian komunitas Aleut. Dari tahun ke tahun wisatawan yang datang ke komunitas Aleut untuk berkunjung ke wisata di kota Bandung semakin bertambah setiap tahunnya. Dilansir dari tribunews.com, Pemerintah kota Bandung terus berupaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) dengan kualitas pelayanan yang didukung oleh berbagai aspek seperti penggunaan bahasa dalam pariwisata. Bahasa dinilai penting karena untuk menyampaikan maksud dan tujuan terhadap wisatawan untuk berkunjung.

Dilansir dari wartaekonomi.co.id, komunikasi pariwisata kota Bandung bermaksud untuk meningkatkan pelayanan dengan memberikan pembinaan dan pelatihan bagi para pelaku wisata khususnya pemandu wisata (guide) yang bersentuhan langsung dengan wisatawan. Aturan yang harus dipatuhi yaitu tutur bahasa, sejarah kota Bandung. Dilansir dari disbudpar.bandung.go.id, pelaksanaan untuk memberikan pelayanan dalam komunikasi pariwisata di kota Bandung, Disbudpar kota Bandung telah rutin melaksanakan program pelatihan pemandu wisata buatan. Pelatihan ditujukan untuk meningkatkan kualitas SDM, khususnya bagi para pemandu wisata agar dapat memberikan pelayanan terbaik bagi wisatawan yang datang ke Bandung. Tidak hanya itu, pelatihan ini juga diharapkan dapat menjadi ilmu dasar bagi para pemula pemandu wisata.

Aspek komunikasi yang terjadi pada komunitas Aleut terhadap wisatawan yang terlibat dalam proses komunikasi dalam menyampaikan Informasi dari pemandu wisata dan wisatawan menimbulkan pemaknaan yang dimana bahasa inilah yang kemudian menjadi pedoman mereka untuk bisa memahami makna yang terkandung dari bahasa tersebut dan juga menjadi landasan mereka dalam bersikap. Pemandu wisata juga harus mempunyai pengetahuan yang luas dan cara berinteraksi kepada wisatawan agar tidak canggung. Pemandu wisata dalam memandu perjalanan wisata juga harus ramah, sopan dan santun kepada wisatawan agar tidak ada perselisihan.

Wisatawan yang datang ke kota Bandung untuk berkunjung atau berpariwisata, membutuhkan panduan untuk mengetahui lokasi objek wisata sebagai arahan dalam tur perjalanan. Keberadaan pemandu wisata sangat di butuhkan dalam pengenalan objek wisata alam di Bandung. Mengingat perbedaan dalam bahasa dan latar belakang budaya berbeda, seorang pemandu wisata harus memperhatikan cara berkomunikasi dengan wisatawan sehingga menjadi komunikasi efektif. Disbudpar kota Bandung mampu meningkatkan pelayanan serta memberikan pembinaan dan pelatihan bagi para pelaku wisata khususnya pemandu wisata (guide) yang bersentuhan langsung dengan wisatawan. Komunitas Aleut mempunyai kaitan untuk memberikan pelatihan kepada pemandu wisata mengenai tata bahasa dalam menjelaskan informasi kepada wisatawan.

Wisatawan yang datang ke kota Bandung untuk berkunjung atau berpariwisata, membutuhkan panduan untuk mengetahui lokasi objek wisata sebagai arahan dalam tur perjalanan. Keberadaan pemandu wisata sangat di butuhkan dalam pengenalan objek wisata sejarah di Bandung. Mengingat perbedaan dalam bahasa dan latar belakang budaya berbeda, seorang pemandu wisata harus memperhatikan cara berkomunikasi dengan wisatawan sehingga menjadi komunikasi efektif.

Dikutip dari Herbert Blumer (Efendy, 2003: 393) menjelaskan interaksi simbolik dengan tiga dasar pemikiran penting yaitu Manusia berperilaku terhadap hal-hal berdasarkan makna yang dimiliki hal-hal tersebut baginya, makna hal-hal itu berasal dari, atau muncul dari, interaksi sosial yang pernah dilakukan dengan orang lain, dan makna-makna itu dikelola dalam, dan diubah melalui, proses penafsiran yang dipergunakan oleh orang yang berkaitan dengan hal-hal yang dijumpainya.

Menurut Nindito (Schutz, 2005, hlm 79-94), Posisi pemikiran Alfred Schutz yang berada di tengah-tengah pemikiran fenomenologi murni dengan ilmu sosial menyebabkan buah pemikirannya mengandung konsep dari kedua belah pihak. Pihak pertama, fenomenologi murni yang mengandung konsep pemikiran filsafat sosial yang bernuansakan pemikiran metafisik dan transendental pada satu sisi. Di sisi lain, pemikiran ilmu sosial yang berkaitan erat dengan

berbagai macam bentuk interaksi dalam masyarakat yang tersebar sebagai gejala-gejala dalam dunia sosial. Gejala-gejala dalam dunia sosial tersebut tidak lain merupakan obyek kajian formal (focus of interest) dari fenomenologi sosiologi.

Dengan begitu, wisatawan bisa memanfaatkan dengan sebaik dan semaksimal mungkin kepada pemandu wisata, baik itu dalam hal budaya, kearifan lokal maupun yang lainnya yang bisa dijadikan pengetahuan yang belum didapatkan. Peninggalan sejarah menjadi penting dan bermanfaat ketika masyarakat lokal menjaga dan tidak di rusak. Dengan cara itulah, kearifan lokal dapat disebut sebagai jiwa dari budaya lokal.

Dari hasil pra-riset yang telah peneliti lakukan dengan Mochammad Ervan Masoem (Koordinator Komunitas Aleut), didapati bahwa saat ini, komunitas Aleut merupakan komunitas yang paling diminati sejumlah wisatawan di kota Bandung. Karena komunitas Aleut membahas berbagai macam sejarah dan pemandu wisata sendiri pembawaannya dengan santai dan tidak terburu-buru saat memberikan materi sejarah.

Penelitian ini membutuhkan kajian-kajian terdahulu untuk membantu peneliti dalam mengembangkan ide penulisan, oleh karena itu peneliti mengutip dari skripsi. Penelitian terdahulu ini diambil menjadi rujukan peneliti karena di dalam Museum Geologi Bandung pemandu wisata trampil dalam mengatur kelancaran pemanduannya dalam memberikan informasi kepada wisatawan (Alfikri, 2016:2). Pemandu wisata trampil dalam kemampuan berbahasa verbal pemandu wisata di Candi Prambanan serta mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan wisatawan (Mapikawanti, 2015:2). Di dalam Museum Geologi Bandung pemandu wisata trampil dalam melakukan pemandu untuk melakukan pemanduan atau interpretasi objek kepada wisatawan (Monica, 2015:2). Di dalam Museum Benteng pemandu wisata trampil dalam pelayanan agar wisatawan merasa puas selama melakukan kunjungan (Iswati, 2014 :2)

Penelitian terdahulu ini diambil menjadi rujukan peneliti karena di dalam wisata Kota Bukittinggi pemandu wisata untuk panduan perilaku bebas komunikasi non-verbal menunjukkan kinesik komunikasi non-verbal yang meliputi ekspresi wajah dan kontak mata saat proses komunikasi berlangsung kepada wisatawan (Yazid, 2016:1). Pemandu wisata trampil dalam memberikan informasi kepada wisatawan (Purwaningsih, 2013:1). Pemandu wisata trampil dalam memberikan informasi kepada wisatawan mengenai wisata lokal di Hidden Canyon Beji Guwang, Kabupaten Gianyar, Bali (Purba, 2017:1). Pemandu wisata kerjasama dengan travel agent, dan menetapkan aturan-aturan ataupun tata tertib sehingga dalam pelaksanaan pemanduan lebih baik kepada wisatawan. (Sinaga : 2014:1).

Penelitian terdahulu ini diambil menjadi rujukan peneliti karena pemandu wisata trampil dalam membawakan informasi ziarah di Israel kepada wisatawan (Gelbman, 2013:1). Pemandu wisata merasa ada tantangan dihadapi saat memberikan informasi wisatawan cacat dalam penyediaan kegiatan (Chikuta, 2017:1). pemandu wisata sebagai alat konseptual untuk membantu mereka menyesuaikan pendekatan dan strategi mereka dalam memenuhi kebutuhan kategori wisatawan (Guzman, 2019:1). Pemandu wisata memberikan wawasan tentang implikasi praktis untuk pengembangan kompetensi dan memberikan kontribusi instrumental untuk membantu perjalanan wisatawan (Lin Chien 2017:1). Pemandu wisata memberikan layanan dan informasi kepada wisatawan secara detail. (Çetinkaya, 2014:1).

Peneliti ini meneliti komunitas Aleut karena komunitas ini berbeda seperti pemandu wisata pada umumnya. Karena komunitas Aleut ini berangkat dari komunitas dan pariwisata di kota Bandung. oleh karena itu, peneliti akan melihat pada perilaku komunikasi pemandu wisata dan wisatawan dalam wisata sejarah di kota Bandung oleh komunitas Aleut.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Teori Interaksi Simbolik**

Interaksi adalah istilah dan garapan sosiolog, sedangkan simbolik adalah istilah dan garapan komunikologi atau ilmu komunikasi (Efendy, 2003 : 390). Menurut Joel M. Charon (Efendy 2003 : 390) komunikasi yaitu interaksi sebagai aksi sosial bersama, individu-individu berkomunikasi satu sama lain mengenai apa yang mereka lakukan dengan mengorientasikan kegiatannya kepada dirinya masing-masing.

Orang tergerak untuk bertindak berdasarkan makna yang diberikannya pada orang, benda, dan peristiwa. Makna-makna ini diciptakan dalam bahasa yang digunakan orang baik untuk berkomunikasi dengan orang lain maupun dengan dirinya sendiri, atau pikiran pribadinya. Bahasa memungkinkan orang untuk mengembangkan perasaan mengenai diri dan untuk berinteraksi dengan orang lainnya dalam sebuah komunitas (West dan Turner, 2012 : 98).

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Karena ide ini dapat di interpretasikan secara luas, akan dijelaskan secara detail tema-tema teori ini dan, dalam prosesnya, dijelaskan pula kerangka asumsi teori ini. Ralph la Rossa dan Donald C. Reitzes (West dan Turner, 2012: 98-108) telah mempelajari Teori Interaksi Simbolik yang berhubungan dengan kajian mengenai keluarga. Mereka mengatakan bahwa tujuh asumsi mendasari interaksi simbolik dan bahwa asumsi-asumsi ini memperlihatkan tiga tema besar :

- a. Pentingnya makna bagi perilaku manusia.
- b. Pentingnya konsep mengenai diri
- c. Hubungan antara individu dengan masyarakat.

Dikutip dari Herbert Blumer (Efendy, 2003: 393) menjelaskan interaksi simbolik dengan tiga dasar pemikiran penting yaitu:

- a. Manusia berperilaku terhadap hal-hal berdasarkan makna yang dimiliki hal-hal tersebut baginya.
- b. Makna hal-hal itu berasal dari, atau muncul dari, interaksi sosial yang pernah dilakukan dengan orang lain.
- c. Makna-makna itu dikelola dalam, dan diubah melalui, proses penafsiran yang dipergunakan oleh orang yang berkaitan dengan hal-hal yang dijumpainya.

Menurut Herbert Blumer yang dipaparkan oleh K.J. Veegers dalam bukunya "Realitas Sosial" dalam Efendy (2003: 394) menjelaskan bahwa ada 5 konsep dalam interaksi simbolik yaitu :

- a. Konsep Diri
- b. Konsep Kegiatan
- c. Konsep Objek
- d. Konsep Interaksi Sosial
- e. Konsep aksi bersama

Esensi interaksionisme simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol (Lambang) yang diberi makna. Simbol (lambang) merupakan media yang digunakan oleh seseorang untuk menyampaikan pikiran atau perasaannya kepada orang lain. Simbol merupakan media primer dalam proses komunikasi dapat berupa: bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya. (Baswedan 2014, 186-187)

## 2.2 Fenomenologi Sosial

Menurut Nindito (Schutz, 2005, hlm 79-94), Posisi pemikiran Alfred Schutz yang berada di tengah-tengah pemikiran fenomenologi murni dengan ilmu sosial menyebabkan buah pemikirannya mengandung konsep dari kedua belah pihak. Pihak pertama, fenomenologi murni yang mengandung konsep pemikiran filsafat sosial yang bernuansakan pemikiran metafisik dan transendental pada satu sisi. Di sisi lain, pemikiran ilmu sosial yang berkaitan erat dengan berbagai macam bentuk interaksi dalam masyarakat yang tersebar sebagai gejala-gejala dalam dunia sosial. Gejala-gejala dalam dunia sosial tersebut tidak lain merupakan obyek kajian formal (focus of interest) dari fenomenologi sosiologi.

## 2.3 Komunikasi Pariwisata

Komunikasi menurut Ruben dan Stewart (2013:16) adalah sebuah proses suatu kegiatan yang memiliki banyak langkah terpisah tetapi saling berhubungan sepanjang waktu. Seperti komunikasi yang terjadi dalam sebuah percakapan adalah suatu kegiatan yang terdiri dari sejumlah langkah yang saling terkait yang terjadi sepanjang waktu. Bahkan dalam pertukaran yang sederhana seperti itu, sejumlah langkah dilakukan sejak pesan diciptakan, dikirim, diterima, diinterpretasikan dan ditanggapi. Menurut Bungin (2015:88-89) menjelaskan bahwa Peran komunikasi sangat penting di dalam bidang-bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen-elemen pariwisata, memerlukan peran komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya

Menurut Mulyana (2007: 77) menjelaskan bahwa komunikasi bisa disebut efektif jika pesan diterima dan dipahami apa adanya seperti apa yang dimaksudkan, pesan akan berlanjut dengan adanya perbuatan oleh komunikan, serta dapat meningkatkan keberlangsungan hubungan komunikator dan komunikan, dan tidak ada kendala. Menurut Joseph (2011: 19) Komunikator efektif diciptakan, bukan dilahirkan. Bagaimanapun tingkat keterampilannya, kita dapat meningkatkan efektifitas dengan menerapkan gagasan secara aktif. Komunikasi yang efektif disebabkan adanya pengertian, dapat menyebabkan kesenangan, mempengaruhi sikap, menjalin keberlangsungan sosial yang baik, dan harapannya terciptanya suatu perilaku.

## 2.4 Pariwisata

Menurut Ismayanti (2010 : 3-4) pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan. Dalam undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan dijelaskan bahwa:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan Pemerintah.
- d. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah dan pengusaha.

- e. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- f. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- g. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

## 2.5 Wisatawan

Menurut Ismayanti (2010 : 7) pengunjung dalam pariwisata terdiri atas dua jenis, yaitu wisatawan (*tourist*) dan pengunjung harian (*same-day visitor*). Yang termasuk dalam katagori pengunjung harian ialah penumpang kapal pesiar, awak kendaraan seperti pramugari dan anak buah kapal serta ekskursionis. Sementara itu, yang termasuk dalam katagori wisatawan ialah orang asing (kebangsaan lain atau *foreigners*), para awak kendaraan yang bukan residen dan warga negara penduduk luar negri. Menurut UN-WTO (Copper 2006, Richhie and Goeldner 2003, Gee 1999) dalam (Ismayanti, 2010: 7) menjelaskan Wisatawan memiliki tiga kelompok tujuan kunjungan, seperti berikut ini:

- a. *leisure and recreation* (vakansi dan rekreasi) yang memiliki tujuan ke vakansi dan rekreasi, mengunjungi event budaya, kesehatan, olah raga aktif (yang bukan Profesional) dan tujuan liburan lain termasuk dalam katagori bersenang-senang.
- b. *Business and professional* (Bisnis dan profesional) yang memiliki tujuan kunjungan ke rapat, misi, perjalanan intensif dan bisnis
- c. *Other tourism purposes* (tujuan wisata lain) yang memiliki tujuan kegiatan wisata untuk belajar, pemulihan kesehatan, transit, dan berbagai tujuan lain termasuk dalam katagori tujuan wisata lain.

## 2.6 Pemandu Wisata

Secara umum pengertian pemandu wisata (*tour guide*) menurut Patrick Silano, dkk (2013 : 18) adalah seseorang yang dibayar untuk menemani wisatawan yang akan mengunjungi, melihat dan menyaksikan objek dan atraksi wisata. Dari sudut pandang wisatawan, pemandu wisata adalah seorang yang bekerja pada suatu biro perjalanan atau suatu kantor pariwisata yang bertugas memberikan informasi, petunjuk dan saran-saran secara langsung kepada wisatawan sebelum dan selama dalam perjalanan wisata berlangsung.

Menurut Patrick Silano, dkk (2013 : 19) menjelaskan bahwa di dalam industri pariwisata pemandu wisata dibagi menjadi dua macam yaitu pemandu wisata umum (*gerenal guide*) dan pemandu wisata khusus (*special guide*). Pemandu wisata umum bekerja pada biro perjalanan wisata sebagai karyawan (*payroll guide*) ataupun sebagai honorer yang biasa disebut sebagai *freelance guide*. Sedangkan pemandu wisata khusus bekerja atau beroperasi pada suatu objek tertentu, seperti di museum, keraton, candi-candi, di suatu Pura, peninggalan-peninggalan kuno dan sebagainya.

Menurut Patrick Silano, dkk (2013 : 23) menjelaskan berdasarkan peraturan Meteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomer : PM.92/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Pramuwisata dikatakan bahwa Usaha Jasa Pramuwisata yang selanjutnya disebut usaha pariwisata adalah usaha penyediaan dan/atau pengoordinasian tenaga pemandu wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan/atau kebutuhan biro perjalanan wisata. Maka pemandu wisata digolongkan menjadi :

- a. Pemandu wisata muda bertugas pada suatu daerah Tingkat II di dalam wilayah daerah Tingkat I tempat sertifikat diberikan.
- b. Pemandu wisata madya bertugas di dalam wilayah daerah Tingkat I tempat sertifikat diberikan.
- c. Pengaturan wisata melakukan tugasnya di seluruh Indonesia dan keluar wilayah Indonesia.
- d. Pemandu wisata khusus bertugas di objek dan daya tarik wisata yang meliputi objek dan daya tarik wisata alam, wisata budaya dan wisata minat khusus.
- e. Pemandu wisata yang bekerja penuh pada biro perjalanan wisata sering dikenal dengan istilah *Payroll Guide*.
- f. Pemandu wisata yang bukan karyawan biro perjalanan wisata sering dikenal dengan istilah *Freelance Guide*.

## 2.7 Perilaku Komunikasi

Menurut Stephen W. Littlejohn dalam Penelitian Teori dan riset perilaku komunikasi (Tarmidzi syam, 2016 : 20) menyatakan bahwa perilaku komunikasi dibagi menjadi 3 yaitu:

- a. Komunikasi harus terbatas pada pesan yang secara sengaja diarahkan kepada orang lain dan diterima oleh mereka

- b. Komunikasi harus mencakup semua perilaku yang bermakna bagi penerima, apakah disengaja ataupun tidak.
- c. Komunikasi harus mencakup pesan-pesan yang dikirimkan secara sengaja namun sengaja ini sulit untuk ditentukan.

Menurut Kenneth Burke (Ruben dan Stewart, 2013 : 256) juga mempercayai bahwa orang melihat dunia seumpama drama dan ia kembangkan lima elemen dramatis pentad untuk menganalisis bahasa individual dalam ekspresi ialah :

- a. *Scene* atau panggung dimana tindakan terjadi. Orang yang fokus pada panggung adalah materialis. Mereka percaya bahwa mengubah panggung atau lingkungan akan mengubah orang. Misalnya, pasangan yang punya masalah dalam hubungan mereka mungkin pergi ke lokasi romantis sebagai usaha memperbaiki hubungan.
- b. *Act* atau tindakan yang terjadi. Orang yang kepada tindakan adalah realis. Mereka memproses dan merekam informasi dan percaya bahwa yang mengarahkan urusan manusia adalah campuran berbagai penyebab.
- c. *Agent* atau aktor yang melakukan tindakan atau melaksanakan peran. Orang yang fokus pada agen adalah idealis. Mereka percaya bahwa orang mengendalikan nasib mereka sendiri.
- d. *Agency* atau alat yang digunakan aktor untuk mencapai tujuan. Orang yang fokus pada agensi adalah pragmatis. Mereka mencari solusi yang paling cepat dan segera mempraktikannya. Misalnya, ketika mendapati sebuah simpang berbahaya, mereka akan mendukung untuk memasang tanda *STOP* di persimpangan tersebut.
- e. *Purpose* atau alasan mengapa orang melakukan apa yang mereka lakukan. Orang yang fokus pada tujuan diberi label mistik. Mereka percaya kekuatan atau fokus diluar mereka mengarahkan taktik manusia. Mereka akan mendukung ajaran agama atau gagasan patriotik.

Kesadaran diri menurut Ruben dan Stewart (2013: 263) melibatkan perenungan (refleksi) dan pemantauan perilaku kita sendiri. Kesadaran melibatkan komunikasi intrapersonal, memproses pesan-pesan dimana kita sendiri sebagai sumber pesan. Melalui perenungan diri dan pemantuan diri, kita dimungkinkan untuk menyesuaikan perilaku komunikasi kita dengan pencapaian tujuan tertentu. Menganalisis pembicaraan kepada diri sendiri (self-talk), memberikan wawasan tentang jenis hubungan yang kita miliki dengan diri sendiri.

## 2.8 Komunikasi Verbal

Menurut Ruben dan Stewart (2013:140) menjelaskan bahwa komunikasi verbal ialah pesan verbal yang menggunakan bahasa alfanumerik yang tercatat sebagai salah satu prestasi kemanusiaan paling mengesankan. Semua bahasa lisan misalnya menggunakan perbedaan antara huruf vokal dan konsonan, dan dalam hampir semua bahasa subjek mendahului objek dalam kalimat deklaratif. Setiap bahasa memiliki pola yang dapat diidentifikasi dan menetapkan aturan relative terhadap:

- a. *Fonologi* ialah cara suara digabungkan untuk membentuk kata-kata
- b. *Sintaksi* ialah cara kata-kata digabungkan menjadi kalimat
- c. *Semantik* ialah arti kata-kata atas dasar hubungan mereka satu dengan yang lain dan dengan unsur-unsur lingkungan
- d. *Pragmatik* ialah cara dimana bahasa digunakan dalam praktik

## 2.9 Komunikasi Nonverbal

Menurut Ruben dan Stewart (2013 : 201) memaparkan ada enam sumber utama dari pesan nonverbal tentang paralanguage ialah :

- a. Suara (*Vokalics*) adalah pesan pendengaran, pesan selain dari kata-kata, yang diciptakan dalam proses pembicaraan. Vokalik yang meliputi tinggi rendah suara, kecepatan berbicara, irama, batuk, tertawa, berhenti, bahkan keheningan, adalah sumber-sumber pesan yang sangat penting dalam komunikasi tatap muka

- b. Penampilan (*appearance*) ialah tampilan visual dari materi tertulis, termasuk tanda baca, ejaan, kerapian, penggunaan ruang, untuk margin dan kata-kata, apakah dokumen tersebut dicetak ditulis tangan, dan bahkan warna tinta, cenderung untuk mempengaruhi reaksi pembaca terhadap kata-kata dan sumbernya.
- c. Gerak Tubuh (*gesture*) sebagai pesan yang punya tujuan atau purposeful pesan yang dimaksudkan untuk meraih tujuan tertentu maupun sekedar kebetulan (*incidental*) dan tidak disengaja (*unintended*) beberapa gerakan dapat digunakan sebagai pelengkap untuk bahasa, seperti kalau kita menggoyangkan kepala ke kanan dan ke kiri sambil berkata "Tidak" ketika menjawab pertanyaan.
- d. Sentuhan (*touch*) ialah inovasi terbaru dalam teknologi telah membantu kita menghubungkan penginderaan sentuh kita dengan kemampuan kita mengomunikasikan pesan verbal, misalnya teknologi layar sentuh (*tactile graphic display*) memungkinkan pengguna web dengan gangguan penglihatan bisa meraba bentuk gambar dari internet, sebanyak kata-kata yang bisa huruf braille.
- e. Ruang (*Space*) ialah penataan furnitur dan pola duduk memainkan peran penting dalam tingkatan dan arah pembicaraan.
- f. Waktu (*time*) ialah reaksi terhadap kata-kata dan perbuatan mungkin jauh lebih ditentukan oleh waktu berbicara atau bertindak dibandingkan bergantung kepada isi tindakan itu sendiri.

### 3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Hal ini yang dikemukakan oleh Denzin & Lincoln (Creswell, 2013 : 58), penelitian kualitatif adalah suatu aktivitas berlokasi yang menempatkan penelitiannya. Penelitian kualitatif terdiri dari serangkaian praktik penafsiran material. Hal ini berarti bahwa para peneliti kualitatif mempelajari benda-benda dilingkungan alamiahnya, berusaha untuk memaknai atau menafsirkan fenomena dalam sudut pandang makna-makna yang diberikan oleh masyarakat kepada mereka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi menurut Morissan (2013 : 31) menjelaskan kata fenomenologi berasal dari *phenomenon*, yang berarti kemunculan suatu objek, peristiwa, atau kondisi dalam persepsi seorang individu. Fenomenologi menggunakan pengalaman langsung sebagai cara untuk memahami dunia. Orang mengetahui pengalaman atau peristiwa dengan cara mengujinya secara sadar melalui perasaan dan persepsi yang dimiliki orang bersangkutan.

Peneliti menggunakan paradigma konstruksi sosial. Menurut Hamzah (2019:20) menjelaskan bahwa konstruksi sosial yaitu berusaha mengkonstruksi makna untuk menciptakan atau mengembangkan teori-teori baru atau pola makna tertentu sesuai keyakinan informan tentang realitas kehidupan dan pola-pola kehidupan yang mereka jalani. Tujuan utama dalam penelitian ini adalah menemukan makna atau menafsirkan makna yang disampaikan oleh orang lain.

### 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Proses Pemandu Wisata Di Komunitas Aleut Sebelum Bertemu Dengan Wisatawan

##### 4.1 Persiapan, Perencanaan Dan Pelaksanaan

Menurut Woodbury (Prihatin, 2019 : 119) perencanaan adalah suatu rangkaian kegiatan yang mencakup persiapan, pemilihan alternatif, serta pelaksanaan yang dilakukan secara logis dan sistematis sehingga berbagai kemungkinan yang diakibatkan dapat diprakirakan dan diantisipasi. Dalam hal ini, koordinator komunitas Aleut beserta pemandu wisata dan ahli sejarah membuat perencanaan secara matang dari mulai persiapan dilakukan dengan rapat internal. Untuk perencanaannya dilakukan dengan menyusun tema, materi, timeline, opini, fakta serta mencari objek wisata mana harus dikunjungi. Serta pelaksanaan dilakukan dengan pemandu wisata berinteraksi secara langsung kepada wisatawan. Sehingga, kegiatan yang akan dilaksanakan berjalan dengan lancar.

#### B. Perilaku Komunikasi Pemandu Wisata Kepada Wisatawan Saat Kunjungan Wisata Sejarah Di Kota Bandung

##### 4.2 Penyesuaian Diri Dari Pemandu Wisata Kepada Wisatawan

Menurut Willis (2005 : 55), Penyesuaian diri adalah kemampuan seseorang untuk hidup dan bergaul secara wajar terhadap lingkungannya, sehingga seseorang merasa puas terhadap dirinya dan terhadap lingkungan. Hal ini, dilakukan oleh pemandu wisata dengan perkenalan dahulu kepada wisatawan supaya makin dekat dan menggunakan Bahasa Indonesia kepada wisatawan supaya bahasa yang dimengerti dan dipahami oleh wisatawan.

Dari segi wisatawan dalam menyesuaikan diri kepada pemandu wisata dengan mengikuti cara penyampaian dengan perkenalan. Didalam perkenalan pemandu wisata menanyakan perihal nama, umur, alamat dan pekerjaan. Serta, untuk bahasa semua pemandu wisata menggunakan Bahasa Indonesia.

##### 4.3 Komunikasi Verbal Dari Pemandu Wisata Kepada Wisatawan Serta Dari Koordinator Komunitas Aleut Dan Ahli Sejarah

Menurut Ruben dan Stewart (2013:140), Komunikasi verbal ialah pesan verbal yang menggunakan perbedaan antara huruf vokal dan konsonan, dan dalam hampir semua bahasa subjek mendahului objek dalam kalimat deklaratif. Hal ini, digunakan oleh pemandu wisata dengan intonasi. Peneliti mengamati intonasi yang digunakan oleh kakak Rani menggunakan nada dengan emosi yang tegas dan jelas. Serta intonasi yang dilakukan oleh Bapak Hevi dengan nada suara yang jelas serta tidak terbata-bata. Peneliti juga mengamati kakak Ervan dan Bapak Alex saat menjelaskan kepada pemandu wisata dengan intonasi yang sama yaitu nada yang jelas. Peneliti juga mengamati pemandu wisata, koordinator komunitas Aleut dan ahli sejarah memiliki kesamaan yaitu dengan humor untuk mengurangi ketegangan pendengar sehingga informasi yang disampaikan berhasil untuk di ingat. Tidak luput dengan berbicara yang jelas dan singkat dalam penyampaian informasi.

Dari segi wisatawan dalam komunikasi verbal yang dilakukan oleh pemandu wisata dalam penyampaian informasi sangat mudah untuk didapatkan karena intonasi, humor dan berbicara jelas dan ringkas. Sehingga informasi yang dijelaskan tidak kepanjangan.

#### **4.4 Komunikasi Nonverbal Dari Pemandu Wisata Kepada Wisatawan Serta Dari Koordinator Komunitas Aleut Dan Ahli Sejarah**

Menurut Ruben dan Stewart (2013 : 201), Komunikasi nonverbal adalah penyampaian pesan menggunakan bahasa isyarat. Peneliti mengamati mimik wajah pada pemandu wisata, koordinator komunitas Aleut dan ahli sejarah memiliki kesamaan dalam menyampaikan informasi yaitu dengan raut wajah yang riang tanpa ada kendala dalam memberikan informasi. Semuanya menggunakan timing waktu saat menjelaskan informasi supaya tidak kelebihan dalam memberikan informasi.

Kontak mata yang dilakukan oleh pemandu wisata, koordinator, dan ahli sejarah memberikan kesan perhatian kepada wisatawan dan juga sebaliknya. Supaya informasi yang disampaikan dapat dipahami. Peneliti juga mengamati penampilan yang dipakai oleh pemandu wisata, koordinator, dan ahli sejarah. Penampilan yang dipakai tidak formal melainkan penampilan sopan. Dari segi wisatawan dalam menerima informasi sejarah yang dilakukan oleh pemandu wisata mengikuti alur.

#### **4.5 Menyamakan Persepsi Dari Pemandu Wisata Kepada Wisatawan Serta Dari Koordinator Komunitas Aleut Dan Ahli Sejarah**

Menurut Walgito (2004 : 33), persepsi adalah individu mengamati dunia luarnya dengan menggunakan alat indranya atau proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui reseptornya. Hal ini, pemandu wisata, koordinator, dan ahli sejarah dalam menyatukan persepsi kepada wisatawan dan sebaliknya yang sudah dibahas pada tabel.

Peneliti mengamati kepada pemandu wisata dalam menjelaskan informasi kepada wisatawan dengan penggunaan bahasa yang sesuai dengan latar belakang wisatawan. Serta pemandu wisata dalam menyimak informasi balik dari wisatawan tidak acuh bahkan menerima dengan baik. Untuk sesi pertanyaan yang dilakukan oleh pemandu wisata dilakukan dengan respon yang cepat dan mudah dimengerti.

#### **4.6 Makna Pesan Dari Pemandu Wisata Kepada Wisatawan Serta Dari Koordinator Komunitas Aleut Dan Ahli Sejarah**

Dikutip dari Herbert Blumer (Efendy, 2003: 393) menjelaskan interaksi simbolik dengan tiga dasar pemikiran penting yaitu:

- a. Manusia berperilaku terhadap hal-hal berdasarkan makna yang dimiliki hal-hal tersebut baginya. Sehingga, perilaku yang dilakukan oleh pemandu wisata kepada wisatawan dengan mengumpulkan foto-foto lama sejarah yang diperoleh dari internet.

- b. Makna hal-hal itu berasal dari, atau muncul dari, interaksi sosial yang pernah dilakukan dengan orang lain. Seperti pemandu wisata menanyakan secara langsung kepada narasumber. Sehingga, informasi yang disampaikan kepada wisatawan tidak hanya didapatkan pada internet atau buku saja.
- c. Makna-makna itu dikelola dalam, dan diubah melalui, proses penafsiran yang dipergunakan oleh orang yang berkaitan dengan hal-hal yang dijumpainya. Untuk tahap ini pemandu wisata memproses makna dengan fakta dan opini yang disampaikan kepada wisatawan. contoh faktanya yaitu menggunakan data darimana dan buku apa. Untuk opini secara sampaikan perkiraan saya kurang lebih yang dimana saya tidak menggunakan buku.

#### **4.7 Evaluasi Dari Pemandu Wisata Kepada Wisatawan Serta Dari Koordinator Komunitas Aleut Dan Ahli Sejarah**

Menurut Edwin Wand dan Gerald W Brow (Sulistiyani, 2009:50) dalam bukunya *Essensial of Educational of Education* mengemukakan bahwa: *Evaluation refer to act or process to determining the vulue the something*. Evaluasi merupakan kegiatan terencana untuk menentukan nilai daripada sesuatu. Evaluasi merupakan proses pengumpulan data untuk menentukan sejauhmana dalam hal apa dan bagaimana tujuan mudah tercapai.

Di komunitas Aleut di perlukan evaluasi pada saat selesai kegiatan. Berguna untuk evaluasi kesulitan, evaluasi kekurangan, kesalahan, dan apa yang harus diperbaiki untuk kedepannya. Supaya untuk kedepannya buat pembelajaran dan terus tingkat level kemampuan bagi pemandu wisata

Semua evaluasi yang dilakukan dari pemandu wisata kepada wisatawan serta dari koordinator dan ahli sejarah yaitu dengan dilakukan secara melingkar dan menjelaskan kembali dari setiap orang untuk memperbaiki dan meningkatkan kegiatan kunjungan ke objek wisata sejarah.

## **5. KESIMPULAN**

### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil pembahasan, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa proses pemandu wisata di komunitas aleut sebelum bertemu dengan wisatawan yaitu

- a. Pada tahap persiapan, pemandu wisata di komunitas Aleut serta koordinator dan ahli sejarah melakukan persiapan dengan rapat internal. Supaya kegiatan yang akan dilaksanakan berjalan dengan lancar tanpa ada kendala.
- b. Pada tahap perencanaan, pemandu wisata di komunitas Aleut serta koordinator dan ahli sejarah melakukan dengan menyusun tema, materi, timeline, opini, fakta serta mencari objek wisata mana harus dikunjungi. Supaya dalam menjelaskan informasi kepada wisatawan terarah dan tidak kemana-mana.
- c. Pada tahap pelaksanaan, pemandu wisata di komunitas Aleut beradaptasi secara langsung kepada wisatawan dan tidak boleh gugup saat berbicara. Pemandu wisata juga harus menghargai wisatawan dengan menatap kontak mata secara langsung. Agar wisatawan merasa dihargai saat berkomunikasi secara langsung.

Perilaku komunikasi pemandu wisata kepada wisatawan saat kunjungan wisata sejarah di kota bandung juga melakukan yaitu :

- a. Penyesuaian diri dari pemandu wisata kepada wisatawan. Penyesuaian diri ini sangat diperlukan oleh pemandu wisata dalam berkomunikasi seara langsung. Agar komunikasi berjalan lancar dengan menggunakan Bahasa Indonesia baik dan benar. Serta sebelum melakukan kegiatan pemandu wisata berkenalan langsung dengan wisatawan, mulai dengan bertanya nama, alamat, usia, pekerjaan dan lain-lain.

- b. Komunikasi verbal dari pemandu wisata kepada wisatawan serta dari koordinator komunitas aleut dan ahli sejarah. Dalam hal ini, sangat diperlukan oleh pemandu wisata berkomunikasi kepada wisatawan supaya informasi yang disampaikan jelas. Namun, pemandu wisata di komunitas Aleut biasanya menggunakan intonasi, humor, berbicara jelas dan ringkas. Supaya komunikasi kepada wisatawan berjalan dengan lancar.
- c. Komunikasi nonverbal dari pemandu wisata kepada wisatawan serta dari koordinator komunitas aleut dan ahli sejarah. Untuk komunikasi verbal pemandu wisata biasanya menggunakan mimik wajah, timing waktu, kontak mata langsung, dan penampilan. Berguna untuk memperlancar berkomunikasi secara langsung.
- d. Menyamakan persepsi dari pemandu wisata kepada wisatawan serta dari koordinator komunitas aleut dan ahli sejarah. Dalam hal ini pemandu wisata sebisa mungkin menggunakan bahasa yang mudah dipahami, menyimak dengan baik dan memperjelas maksud pembicara dengan bertanya. Supaya informasi yang disampaikan tidak ada kendala saat berkomunikasi.
- e. Makna pesan dari pemandu wisata kepada wisatawan serta dari koordinator komunitas aleut dan ahli sejarah. Dalam hal ini, pemandu wisata juga harus mengumpulkan fakta dari internet, berinteraksi langsung kepada wisatawan dan memproses semua dengan kalimat sendiri.



## 6. DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Arief F. Rachman, H. H. P. S., 2013. *Pemandu Wisata*. Jakarta: Media Bangsa.
- Baswedan, A., 2014. *Interaksionisme simbolik dari ERA KLASIK hingga MODERN*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada..
- Bungin, B., 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Cangara, H., 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Creswell, J. W., 2015. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih diantara Lima Pendekatan (Edisi Ke-3)*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Devito, J. A., 2011. *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Penerbit Karisma Publishing Group.
- Djuni Prihatin, S. D. R. A. P., 2019. *APLIKASI TEORI PERENCANAAN: DARI KONSEP KE REALITA*. Yogyakarta: CV. Buana Grafika.
- Effendy, O. U., 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (cetakan ketiga)*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Hamzah, A., 2019. *Metode Penelitian Kualitatif (Rekonstruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial & Humaniora)*. Malang: Literasi Nusantara.
- Hary Bhimasena, G. T. P., 2017. *Pengantar Teori Komunikasi; Analisis dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ibrahim, 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ismayanti, 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Grasindo.
- Morissan, 2013. *Teori Komunikasi tentang Komunikator, Pesan, Percakapan dan Hubungan (Interpersonal)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D., 2008. *Komunikasi Efektif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruben, B. D. L. P. S., 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia (edisi kelima)*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulistiyani, 2009. *Evaluasi Pendidikan*. Surabaya: paramita.
- Suyanto, B., 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group.
- Walgito, B., 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Willis, S., 2005. *Remaja dan Masalahnya*. Bandung: Alfabeta.

### SUMBER JURNAL INTERNASIONAL :

- Chikuta, Oliver., Forbes K., & Nyasha C. (2017). Tour guides experiences with tourists with disabilities. *Journal of Research Article*. Volume 8: Issue 2. Retrieved Maret 28, 2020, from <https://doi.org/10.1515/ejthr-2017-0012>
- Çetinkaya, Y. M., & Zafer Ö., (2014). Role of tour guides on tourist satisfaction level in guided tours and impact on re-visiting Intention: a research in Istanbul. *Journal Research Article*. Retrieved Maret 28, 2020, from [https://www.researchgate.net/publication/303554785\\_Role\\_of\\_tour\\_guides\\_on\\_tourist\\_satisfaction\\_level\\_in\\_guided\\_tours\\_and\\_impact\\_on\\_re-visiting\\_Intention\\_a\\_research\\_in\\_Istanbul](https://www.researchgate.net/publication/303554785_Role_of_tour_guides_on_tourist_satisfaction_level_in_guided_tours_and_impact_on_re-visiting_Intention_a_research_in_Istanbul)
- Gelbman, A. and Collins-Kreiner N. (2013). The Host Gaze on Current Christian Pilgrims in Israel: Tour Guides Gazing. (Eds: Moufakkir, O. and Reisinger, Y.) in: *The Host Gaze in Global Tourism. Journal of Tourism and Cultural Change* Chapter 6. Oxfordshire: CABI. Retrieved Maret 28, 2020, from [https://www.researchgate.net/publication/280529582\\_The\\_Host\\_Gaze\\_on\\_Current\\_Christian\\_Pilgrims\\_in\\_Israel\\_Tour\\_Guides\\_Gazing](https://www.researchgate.net/publication/280529582_The_Host_Gaze_on_Current_Christian_Pilgrims_in_Israel_Tour_Guides_Gazing)
- Guzman De Allan., Jancemae C. M., Patricia C. M., Christine J, D, M., dan Patrice J, M., L., (2019). It takes two to tango : Phenomenologizing Filipino Tour Guides experiences of aging foreign tourists' mindfulness and involvement.

*Journal Educational Gerontology*. Volume 45, Issue 11. Retrieved Maret 28, 2020, from [https://www.researchgate.net/publication/337048852\\_It\\_takes\\_two\\_to\\_tango\\_Phenomenologizing\\_Filipino\\_Tour\\_Guides\\_experiences\\_of\\_aging\\_foreign\\_tourists'\\_mindfulness\\_and\\_involvement](https://www.researchgate.net/publication/337048852_It_takes_two_to_tango_Phenomenologizing_Filipino_Tour_Guides_experiences_of_aging_foreign_tourists'_mindfulness_and_involvement)

Lin Chien-Yi, Mei-Lan Lin, Yi-cheng Chen. (2017). How tour guides' professional competencies influence on service quality of tour guiding and tourist satisfaction: An exploratory research. *Journal of Human Resource Studies*. Vol. 7, No. 1. Retrieved Maret 28, 2020, from [https://www.academia.edu/32585481/How\\_Tour\\_Guides\\_Professional\\_Competerencies\\_Influence\\_on\\_Service\\_Quality\\_of\\_Tour\\_Guiding\\_and\\_Tourist\\_Satisfaction\\_An\\_Exploratory\\_Research](https://www.academia.edu/32585481/How_Tour_Guides_Professional_Competerencies_Influence_on_Service_Quality_of_Tour_Guiding_and_Tourist_Satisfaction_An_Exploratory_Research)

#### SUMBER JURNAL NASIONAL :

Purwaningsih, M. R., (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Candi Prambanan Tinjauan Khusus pada Kemampuan Berbahasa Verbal. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Volume 5, Nomor 3. Desember 2013 (146 - 153). Retrieved April 09, 2020, from [https://jurnal.ugm.ac.id/tourism\\_pariwisata/article/view/6688](https://jurnal.ugm.ac.id/tourism_pariwisata/article/view/6688)

Purba M. D., E., Ni Made O. K., dan I Ketut S., (2017). Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan Pramuwisata Lokal Di Hidden Canyon Beji Guwang, Kabupaten Gianyar Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*. Vol. 17, No 2. Retrieved April 09, 2020, from <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jap/article/view/36488>

Sinaga K. E., dan Bambang S. U., (2014). Kualitas Pelayanan Pemanduan Ekowisata Di Taman Nasional Tanjung Puting Kabupaten Kotawaringin Barat Kalimantan Tengah. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*. VOL. 11, NO 1. Retrieved April 09, 2020, from <https://ejournal.upi.edu/index.php/jurel/article/view/2898/1928>

Yazid, P. T., (2016). Perilaku Komunikasi Tourguide Freelance Dalam Memperkenalkan Objek Wisata Kota Bukittinggi. *Jurnal KOM FISIP*. Vol 3 No. 2. Retrieved April 09, 2020, from <http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/11186>

Nindito Stefanus. (2005). Fenomenologi Alfred Schutz: Studi tentang Konstruksi Makna dan Realitas dalam Ilmu Sosial. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*. VOLUME 2, NOMOR 1. Retrieved November 15, 2020, from <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/254>

#### SUMBER ARTIKEL SURAT KABAR ONLINE :

Anonim. (2018, Juli 16). Kunjungan Wisatawan ke Bandung Ikut Meningkat. *koran-jakarta.com*. Diakses tanggal 11 April 2020, dari website <http://www.koran-jakarta.com/kunjungan-wisatawan-ke-bandung-ikut-meningkat/>

Anonim. (2017, November 15). Bahasa Bisa Tingkatkan Kualitas Layanan Pariwisata, Target 20 Juta Wisman pada 2019. *Tribunnews*. Diakses tanggal 14 April 2020, dari website <https://jabar.tribunnews.com/2017/11/15/bahasa-bisa-tingkatkan-kualitas-layanan-pariwisata-target-20-juta-wisman-pada-2019>

Anonim. (2020, April 15). Pariwisata Kota Bandung Butuh SDM Andal. *Wartaekonomi*. Diakses tanggal 11 April 2020, dari website <https://www.wartaekonomi.co.id/read273121/pariwisata-kota-bandung-butuh-sdm-andal>

Anonim. (2019, Juni 20). Pelatihan Pemandu Wisata Buatan. *disbudpar.bandung*. Diakses tanggal 11 April 2020, dari website <https://disbudpar.bandung.go.id/news/news-detail/Z2pZb1N0ZEplMjBqRVRkNEpnVXBiUT09>

Nursalsabillah Annisa. (2019, Juli 06). Menjelajah Sejarah Bandung Bersama Komunitas Aleut. *detikNews*. Diakses tanggal 08 Februari 2020, dari website <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4613348/menjelajah-sejarah-bandungbersama-komunitas-aleut>

#### SUMBER DOKUMEN PEMERINTAH ONLINE :

Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2017). *Potensi Pariwisata Jawa Barat*. (hlm 1). Jawa Barat: Pemerintah.  
Retrieved April, 11, 2020, from [https://jabarprov.go.id/index.php/potensi\\_daerah/detail/9](https://jabarprov.go.id/index.php/potensi_daerah/detail/9)

