

TEKNIK KOMUNIKASI PRAMUWISATA LOKAL DALAM PROSES INTERPRETASI
DESAS WISATA HIJAU BILEBANTE

Oleh

Zahira Athiya Ramadhani¹, Jumraidin², H. Lalu Ratmaja³

^{1,2,3}Program Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Pariwisata Lombok, Indonesia

telp/fax +62370 6158030/ +6287709052016

Email: ¹zahiraathiyahh@gmail.com, ²radin@ppl.ac.id, ³ratmaja@ppl.ac.id

Abstract

This study aims to determine the communication techniques used by local tour guides in the Bilebante Green Tourism Village in the process of interpretation or storytelling to tourists. The method used is a qualitative method by conducting observations, interviews and documentation to several local tour guides in the Bilebante Green Tourism Village. The results of this study are that some tour guides communicate according to standards by self-taught and some have applied Onong Uchjana Effendy's communication techniques which include informative, persuasive, interaction / coercive and human relations communication techniques. Which in doing a communication is also very related to the elements of communication techniques, from Harold Laswell including; who (who / source), says what (what / message), in which channel (media), to whom (who / recipient), with what effect (impact / effect). So that some local guides in the Bilebante Green Tourism Village who have applied appropriate communication techniques have succeeded in attracting tourists to come back with the same person. This study aims to determine the communication techniques used by local tour guides in the Bilebante Green Tourism Village in the process of interpretation or storytelling to tourists. The method used is a qualitative method by conducting observations, interviews and documentation to several local tour guides in the Bilebante Green Tourism Village. The results of this study are that some tour guides communicate according to standards by self-taught and some have applied Onong Uchjana Effendy's communication techniques which include informative, persuasive, interaction / coercive and human relations communication techniques. Which in doing a communication is also very related to the elements of communication techniques, from Harold Laswell including; who (who / source), says what (what / message), in which channel (media), to whom (who / recipient), with what effect (impact / effect). So that some local guides in the Bilebante Green Tourism Village who have applied appropriate communication techniques have succeeded in attracting tourists to come back with the same person.

Keywords: *Communication Technique, Tour Guides, Interpretation*

PENDAHULUAN

Pariwisata pada saat ini telah menjadi kegiatan pokok bagi masyarakat yang mencakup dunia usaha, kegiatan pemerintahan ataupun kegiatan masyarakat lainnya dengan tujuan untuk mengelola serta memenuhi segala kebutuhan wisatawan dan di Indonesia pariwisata juga dinilai penting perannya dalam menggerakkan perekonomian masyarakat secara umum dan terkhusus di Pulau Lombok.

Salah satu desa wisata yang cukup terkenal di kalangan masyarakat atau wisatawan dan dinilai telah mampu menggerakkan roda perekonomian masyarakatnya melalui desa wisata saat ini adalah Desa Wisata Hijau Bilebante, desa ini terletak di Pulau Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Dalam kegiatan pariwisata tentunya tak lupa peran seorang pramuwisata, pramuwisata merupakan seseorang yang bertanggungjawab untuk

memberikan penjelasan, arahan dan informasi-informasi kepada wisatawan tentang sesuatu yang dilihat atau dialami pada saat mengunjungi suatu objek, tempat ataupun daerah tertentu (Soraya et al., 2021). Selain melayani kebutuhan wisatawan, seorang pramuwisata bertugas untuk melakukan sebuah interpretasi. Interpretasi sendiri merupakan kegiatan edukatif yang sarannya pada obyek aslinya baik dengan pengalaman langsung maupun dengan menggunakan media ilustrasi dan tidak hanya menampilkan keterangan-keterangan yang berupa fakta saja (Tilden, 2007).

Dalam melakukan sebuah interpretasi, tentunya seorang pramuwisata harus memiliki teknik berkomunikasi agar informasi atau cerita yang disampaikan dapat memberikan makna yang baik bagi wisatawan. Teknik komunikasi merupakan keterampilan utama bagi seorang pramuwisata yang tentunya memerlukan keahlian dalam menyampaikan informasi agar dapat menarik perhatian bagi wisatawan. Bercerita mengenai sebuah tempat wisata bisa dilakukan dimana pun, kapan pun, oleh siapapun dengan penggunaan tutur bahasa yang baik, sopan dan tak lupa juga bisa menyajikan sedikit humor-humor agar tak terdengar monoton dan wisatawan tidak merasa bosan.

Desa wisata hijau bilebante sendiri merupakan salah satu desa wisata yang memiliki berbagai macam keunikan tersendiri, seperti; adanya atraksi pasar pancingan, berbagai pengolahan UMKM yang menarik seperti pengolahan rumput laut, kripik singkoling, jamu herbal, pengolahan minyak kelapa, dan pembuatan makanan khas desa. Selain itu juga, ada banyak aktivitas yang bisa dilakukan di DWH Bilebante yaitu; bermain sepeda, ATV, soft tracking, memancing dan masih banyak lagi.

Permasalahan yang ditemukan pada saat penulis melakukan observasi dan wawancara kepada beberapa informan adalah beberapa pramuwisata lokal masih terkendala dalam

penggunaan bahasa asing seperti mandarin, spanyol, dan eropa, kemudian beberapa wisatawan ada yang berkunjung menggunakan travel ataupun pramuwisata luar, serta kunjungan wisatawan ke desa wisata hijau bilebante terkadang berkurang.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengetahui seperti apa teknik berkomunikasi serta unsur komunikasi yang digunakan oleh pramuwisata lokal di desa wisata hijau bilebante dalam melakukan sebuah proses interpretasi (penceritaan) atau memberikan informasi kepada wisatawan. Ada beberapa teori pendukung yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu;

Teknik Komunikasi

Teknik komunikasi merupakan sebuah metode yang digunakan untuk berkomunikasi, menurut Onong Uchjana Effendy (2017: 8) memaparkan ada empat macam teknik berkomunikasi yaitu;

- 1) Teknik Komunikasi Informatif (*Informative Communication*); merupakan sebuah proses pengiriman pesan kepada orang lain untuk memberitahu.
- 2) Teknik Komunikasi Persuasif (*Persuasive Communication*); merupakan sebuah penyampaian pesan yang bertujuan untuk membujuk atau menggerakkan audiens.
- 3) Teknik Komunikasi Interaksi/Koersif (*Inteructive/Coersif Communication*); merupakan proses penyampaian pesan seseorang kepada orang lain dengan tujuan memberikan pemahaman yang lebih.
- 4) Teknik Komunikasi Hubungan Manusiawi (*Human Relations*); merupakan komunikasi yang terjadi pada setiap manusia dan menjadi hal yang sangat penting bagi kehidupan sehari-hari.

Unsur Komunikasi

Untuk lebih baiknya dalam melakukan sebuah teknik berkomunikasi, maka tentunya sangat berkaitan erat dengan adanya unsur-unsur berkomunikasi, Harold Laswell berpendapat bahwa ada lima unsur teknik

komunikasi yaitu;

- a) *Who* (siapa/sumber)
- b) *Says what* (pesan)
- c) *In which channel* (media)
- d) *To Whom* (siapa/penerima)
- e) *With what effect* (dampak/efek)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif, dan melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi langsung dengan beberapa informan. Jenis observasi penelitian yang dipilih adalah observasi partisipan ke lokasi penelitian. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah setelah data yang dibutuhkan terkumpul, maka peneliti melakukan reduksi data yang dimana data dipilih berdasarkan kategori dan kepentingannya. Setelah data di reduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data, bentuknya seperti uraian singkat, bagan atau sejenisnya. Dan langkah terakhir adalah melakukan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi metode, dimana peneliti melakukan pengecekan data yang diperoleh di lapangan melalui beberapa informan dengan menggunakan beberapa teknik atau metodologis yang berbeda guna untuk mengumpulkan ataupun menganalisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Setelah peneliti melakukan penelitian pada bulan April 2024, dengan melakukan wawancara kepada beberapa pramuwisata lokal yang ada di desa wisata hijau bilebante ditemukan beberapa perbedaan teknik berkomunikasi yang digunakan oleh pramuwisata lokal. Beberapa pramuwisata melakukan komunikasi secara otodidak dan mengalir begitu saja dan beberapa

pramuwisata telah menerapkan teknik berkomunikasi Onong Uchjana Effendy dalam melakukan sebuah interpretasi (penceritaan) atau menyampaikan informasi kepada wisatawan. Selain itu juga, dalam melakukan sebuah penceritaan kepada wisatawan mereka menggunakan gestur tubuh dan mimik muka. Terkadang dalam menghandle wisatawan grup, mereka menggunakan media seperti gambar, tulisan ataupun video untuk menyampaikan sebuah cerita atau informasi mengenai desa.

Beberapa pramuwisata lokal yang ada di desa ini telah mengikuti beberapa pelatihan untuk meningkatkan skill sebagai *Tour Guide* dan tentunya telah memiliki lisensi.

Desa wisata hijau bilebante didirikan pada tahun 2016 dan sebelum menjadi desa wisata masyarakat setempat sepakat melakukan diskusi untuk awig-awig desa. Jadi desa ini disepakati menjadi desa wisata dengan syarat dan aturan bahwa setiap tamu yang berkunjung ke desa ini akan mengikuti adat istiadat yang ada di desa ini, selain itu juga keunggulan utama yang ada di desa ini berada pada kegiatan UMKM lokalnya dan itu dinilai juga sebagai kunci pertahanan berdirinya desa wisata hijau bilebante hingga saat ini.

Selain itu juga, ada pramuwisata yang belum mendalami penggunaan bahasa asing seperti mandarin, spanyol dan eropa. Dan biasanya saat kesulitan dalam penggunaan bahasa asing, mereka meminta pertolongan kepada salah satu pramuwisata yang lebih menguasai bahasa asing tersebut. Wisatawan yang berkunjung ke desa wisata hijau bilebante jumlahnya seimbang antara domestik dan luar negeri, wisatawan luar negeri yang berkunjung kebanyakan dari negara eropa dan mereka sangat menikmati suasana yang ada di desa ini.

Sebelum menghandle tamu, mereka biasanya harus memahami karakteristik wisatawannya dengan cara mencaritahu melalui sosial media seperti instagram. Hal pertama yang harus diketahui adalah biografi

wisatawan, hal yang disukai dan tidak disukai apa, topik yang senang dibicarakan apa dan menceritakan makanan kesukaan ataupun bukan kesukaan dari wisatawan itu.

Pramuwisata yang ada di desa wisata hijau bilebante juga selalu menerapkan standart *grooming* yang baik dan sesuai, mereka memiliki seragam dan kelengkapan atribut lainnya seperti name tag, sepatu, ataupun pakaian yang rapi sudah diterapkan.

Pembahasan

1. Desa Bilebante

Desa wisata hijau bilebante merupakan salah satu desa wisata yang terletak di Desa Bilebante, Kecamatan Pringgarata, Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. Desa ini berdiri pada tahun 2016 dan pernah mendapatkan penghargaan sebagai desa wisata terbaik dalam ajang Desa Wisata Awards pada tahun 2017 yang diselenggarakan oleh Kemendes PDTT.

Desa wisata hijau bilebante memiliki banyak sekali atraksi dan aktivitas menarik yang bisa dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung. Desa ini menyajikan keidahan alamnya yang alami serta memiliki keunggulan tersendiri yang ada pada UMKM masyarakatnya, beberapa aktivitas yang bisa dilakukan oleh wisatawan pada saat berkunjung ke Desa wisata hijau bilebante ini adalah seperti; mengunjungi pasar pancingan, bermain sepeda, ATV, *Soft traking*, melihat tanaman herbal, memancing selain itu juga wisatawan dapat merasakan atau menyaksikan proses pengolahan UMKM yang dilakukan oleh masyarakat sekitar seperti; pengolahan rumput laut, pengolahan kripik singkoling, pembuatan minyak kelapa, pengolahan jamu herbal dan juga pengolahan makanan khas desa seperti ayam merangkat.

Berikut adalah gambar Desa Wisata Hijau Bilebante;



2. Teknik Berkomunikasi

Teknik komunikasi yang telah diterapkan oleh pramuwisata lokal di desa wisata hijau bilebante ini adalah teknik berkomunikasi Onong Uchjana Effendy, seperti berikut;

- 1) Teknik Komunikasi Informatif (*Informative Communication*)

Pada teknik pertama yaitu teknik komunikasi informatif yang berarti

pramuwisata lokal melakukan proses penyampaian informasi kepada wisatawan dengan tujuan untuk memberitahu. Menurut Bapak Tohri selaku pramuwisata lokal di Desa Wisata Hijau Bilebante dalam menyampaikan informasi tentunya harus bersifat real sesuai dengan keadaan asli di desa tersebut.

Pada saat penggunaan teknik ini, wisatawan memang hanya berfokus untuk mendengarkan mengenai segala bentuk penceritaan ataupun informasi yang disampaikan.

2) Teknik Komunikasi Persuasif (*Persuasive Communication*)

Pada teknik kedua yakni teknik komunikasi persuasif, dimana teknik ini digunakan untuk membujuk atau menggerakkan audience untuk mengambil tindakan tertentu atau menerima pandangan tertentu. Melalui teknik komunikasi persuasif, pramuwisata berarti harus mampu untuk cepat dan tanggap dalam melayani segala pertanyaan, respon ataupun kebutuhan wisatawan, karena wisatawan tentunya memiliki karakteristik yang berbeda pada setiap orangnya.

3) Teknik Komunikasi Interaksi/Koersif (*Intruktive/Coersif Communication*)

Pada teknik ketiga yakni teknik komunikasi interaksi/koersif dimana teknik ini berkaitan dengan cara berkomunikasi secara langsung antara dua atau lebih individu atau kelompok. Teknik ini melibatkan saling mendengarkan, memberi umpan balik, ataupun berpartisipasi aktif dalam percakapan. Teknik ini juga mencakup keterlibatan secara langsung, penggunaan bahasa tubuh yang mendukung, pertanyaan terbuka, penggunaan bahasa dan kosakata yang

baik, serta mampu untuk membangun hubungan interpersonal yang baik.

Berdasarkan jawaban dari Bapak Tohri, Mas Rizal, dan Bapak Pahrul Azim mereka menyatakan dalam melakukan sebuah proses penceritaan kepada wisatawan tentunya harus selalu menerapkan 3S (Senyum, Sapa dan Salam), selain itu juga dalam menghandle tamu atau wisatawan harus menggunakan tutur kata yang baik, sopan dan mudah dipahami. Hubungan timbal balik juga diperlukan dalam proses penceritaan agar mengetahui respon yang didapat apakah baik atau kurang menyenangkan.

4) Teknik Komunikasi Hubungan Manusiawi (*Human Relations*)

Pada teknik keempat yakni teknik komunikasi hubungan manusiawi dimana melibatkan rasa empatik, menghargai, dan mendukung untuk membangun hubungan yang baik antara individu. Teknik ini juga melibatkan penggunaan bahasa yang baik, sopan, serta memberi penghargaan terhadap perbedaan. Teknik ini membantu memperkuat koneksi antara individu, meningkatkan kerjasama, dan menciptakan lingkungan yang mendukung dimanapun.

Bagi seorang pramuwisata, tentu teknik ini sangat penting digunakan karena dalam melayani seorang wisatawan kita harus profesional. Dalam melayani seorang wisatawan juga harus mampu membangun hubungan emosional yang sangat baik dan mampu melakukan pendekatan yang baik pula, karena sebuah kegiatan perjalanan akan terasa menyenangkan jika adanya timbal balik antara pramuwisata dengan wisatawan. Tentunya dengan hal ini dapat

diketahui tingkat kenyamanan yang diberikan oleh pramuwisata ke wisatawan apakah berhasil atau tidak. Berdasarkan pernyataan dari Bapak Tohri, beberapa wisatawan yang dihandle pada saat berkunjung ke desa wisata hijau bilebante mereka antusias untuk kembali berkunjung dan ingin dilayani kembali oleh beliau.

Dalam penggunaan teknik berkomunikasi, tentunya berkaitan erat dengan adanya unsur-unsur teknik komunikasi juga. Harold Laswell berpendapat bahwa cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan (*who, says what, in which channel, To whom, with what effect*) yang bisa diartikan juga;

Who (siapa/sumber)

Dimaksudkan disini adalah sebagai sumber atau pelaku utama yang melakukan sebuah komunikasi, hal ini berarti adalah seorang pramuwisata lokal di desa wisata hijau bilebante dalam melakukan sebuah komunikasi dengan bentuk penceritaan atau menyebarkan informasi mengenai desa kepada wisatawan.

1) *Says What* (Pesan)

Dimaksudkan untuk memberi penjelasan atas apa yang telah disampaikan atau dikomunikasikan kepada wisatawan oleh pramuwisata. Pesan atau informasi yang disampaikan dapat berupa cerita menarik mengenai desa sehingga dapat menarik minat kunjung wisatawan untuk datang dan menyaksikan keaslian dari cerita yang disampaikan.

2) *In which channel* (Media)

Berfokus pada media atau cara yang digunakan oleh pramuwisata lokal untuk menyampaikan sebuah informasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Pramuwisata lokal di desa wisata hijau bilebante juga menggunakan beberapa media dalam menyampaikan informasi atau melakukan proses interpretasi kepada

wisatawan, baik menggunakan media lisan, tulisan ataupun video. Biasanya digunakan pada saat melayani wisatawan dalam jumlah besar atau grup.

3) *To Whom* (Siapa/Penerima)

Dimaksudkan kepada seseorang atau audiens yang dituju oleh informasi atau pesan, siapa bisa berupa seseorang atau kelompok. Dalam hal ini yang dimaksudkan sebagai penerima informasi atau penceritaan adalah seorang wisatawan. dimana pada saat pramuwisata melakukan sebuah interpretasi (penceritaan) maka wisatawan sebagai penerima atau pendengar dari apa yang telah disampaikan.

4) *With what effect* (Dampak/efek)

Dimaksudkan disini adalah dampak atau efek yang dirasakan oleh wisatawan pada saat menerima informasi, penceritaan, ataupun layanan yang disajikan oleh pramuwisata pada saat kegiatan *tour* berlangsung. Apakah menyenangkan, berkesan atau merasa kurang.

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan oleh Bapak Tohri, beliau dapat mengetahui hasil *review* dari wisatawan melalui *guest comment*. Jadi biasanya setelah selesai *tour* beliau akan memberikan form yang bisa diisi oleh wisatawan guna untuk mengetahui respon dari wisatawan tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa beberapa pramuwisata lokal di Desa Wisata Hijau Bilebante telah menerapkan teknik berkomunikasi Onong Uchjana Effendy dalam melakukan proses interpretasi ataupun menyebarkan informasi. Dengan menerapkan teknik ini, komunikasi dapat berjalan dua arah antara pramuwisata dengan wisatawan. Teknik yang paling sering digunakan adalah teknik komunikasi

informatif, teknik komunikasi interaksi/koersif dan teknik komunikasi hubungan manusiawi dan dengan menggunakan teknik ini berhasil menarik minat kunjung wisatawan kembali, terutama wisatawan asing dari eropa. Tentunya untuk menyempurnakan penggunaan teknik berkomunikasi sangat erat kaitannya dengan unsur-unsur teknik berkomunikasi, guna untuk menjawab pertanyaan (*who, says what, in which channel, to whom, with what effect*).

Dan seluruh pramuwisata yang ada di desa wisata hijau bilebante ini selalu menerapkan *attitude* yang sangat baik kepada wisatawanannya, dan hal utama yang mereka lakukan adalah memahami karakteristik wisatawanannya sebelum tiba di lokasi dengan mencaritahu mengenai wisatawan melalui sosial media guna untuk mencegah terjadinya sesuatu yang tidak baik pada saat kegiatan *tour*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Siregar, N., Nursyamsi, S. E., & Junengsih, J. (2022). Teknik Komunikasi Persuasif Pengurus KABASA Dalam Mengajak Anak Jalanan Untuk Belajar. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 303-310.
- [2] Apriska, N. K. S., Dalem, A. A. G. R., & Suartini, N. M. INTERPRETASI EKOWISATA OLEH PRAMUWISATA (PEMANDU WISATA) PADA DAYA TARIK WISATA KUPU-KUPU DI BALI INTERPRETATION OF ECOTOURISM BY TOUR GUIDES ON BUTTERFLY TOURIST ATTRACTIONS IN BALI.
- [3] Mukaromah, M., & Umaroh, L. Komunikasi Pelaku Wisata Pada Proses Penceritaan Destinasi Wisata Kota Lama Semarang. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(1), 39-50.
- [4] Yasir, Y. (2021). Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 108-120.
- [5] Izaati, I. A., Dalem, A. G. R., & Joni, M. INTERPRETASI EKOWISATA OLEH PEMANDU WISATA/PRAMUWISATA PADA DAYA TARIK WISATA MANGROVE TOUR DI BALI INTERPRETATION OF ECOTOURISM BY TOUR GUIDE ON MANGROVE TOUR ATTRACTIONS IN BALI. *SIMBIOSIS*, 11(2), 138-148.
- [6] Diwangkara, N. K., Sari, S. R., & Rukayah, R. S. (2020). Pengembangan Pariwisata Kawasan Baturraden. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 4(2), 120. <https://doi.org/10.31848/arcade.v4i2.431>
- [7] LP2m. (2022). *Pengertian Interpretasi Data, Langkah beserta Contohnya*.
- [8] Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- [9] Purba, E. D. M., Karini, N. M. O., & Suwena, I. K. (2017). Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan Pramuwisata Lokal di Hidden Canyon Beji Guwang, Kabupaten Gianyar, Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 98–102.
- [10] Soraya, M., Soetarto, H., & Alfiyah, N. I. (2021). Optimalisasi Pramuwisata Dalam Pelayanan Kepariwisata Di Kabupaten Sumenep. *Public Corner*, 16(2), 42–63. <https://doi.org/10.24929/fisip.v16i2.1698>
- [11] Pradana, G. Y. K. (2019). Sosiologi Pariwisata. *STPBI Press*, 1(1), 1–88
- [12] Suwena, I. K., & Widayatmaja, I. G. N. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan.

https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/3daa3fbf01385573f120b76e48df024a.pdf

- [13] Ardiansyah Muhammad. (2021). *Teknik Komunikasi Pramuwisata Dalam Penyebaran Informasi Kepada Wisatawan Pada Kotasi 07 Tour & Travel Di Lombok Nusa Tenggara Barat.*