

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan kebutuhan sehari-hari dan sangat mendasar yang diperlukan oleh manusia untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Selama manusia hidup sudah dipastikan manusia sangat menggunakan komunikasi untuk melakukan aktivitasnya. Komunikasi adalah aktivitas yang sudah pasti dilakukan di kehidupan masyarakat karena manusia merupakan makhluk sosial yang pasti hidup bersama-sama dengan manusia lainnya sehingga sudah pasti ada aktivitas komunikasi yang dilakukan. Manusia dengan lingkungan hidup sekitarnya pun berkaitan erat dengan aktivitas komunikasi.

Dalam komunikasi antar makhluk hidup pasti ada perbedaan bentuk dan praktek kondisinya, dengan adanya perbedaan makna konteks itu membuat adanya hambatan komunikasi. Hambatan komunikasi tersebut bisa dalam bentuk adanya perbedaan makna atau pesan terhadap norma-norma budaya, struktur budaya, pola berpikir dan sistem budaya. Adanya hambatan komunikasi antara manusia tersebut perlu adanya kompetensi komunikasi yang dimiliki tiap manusia agar dapat meminimalisir terjadinya hambatan komunikasi antara komunikator dan komunikan.

Komunikasi juga sangat erat kaitannya dengan industri pariwisata, industri pariwisata menggunakan komunikasi sebagai dasar aktivitasnya. Industri pariwisata Indonesia kini kian melesat dan menjadi salah satu industri yang memberikan kontribusi terbesar di Indonesia. Sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu aspek yang penting dalam pengembangan industri pariwisata (Pajriah, 2018). Menurut Ketua DPD Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) NTB H, Fatwir Uzali, menyampaikan bahwa kompetensi pemandu wisata kini semakin ketat dikarenakan kemajuan teknologi digital, yang di mana wisatawan bisa mengakses informasi dan pelayanan wisata dengan mudah melalui internet. Fenomena lainnya pun kerap terjadi bahwa beberapa pemandu wisata masih kurang memiliki keterampilan komunikasi yang baik dalam memandu wisatawan. Maka dari itu, keterampilan tersebut tidak luput dari pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi komunikasi para pemandu wisata agar pelayanan yang diberikan menjadi lebih berkualitas.

Sebagaimana yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 bahwa meningkatkan kompetensi tenaga kerja melalui pelatihan dan pendidikan. Oleh karena itu, dengan adanya pemandu wisata yang berkompeten, maka perjalanan wisata dapat menjadi perjalanan yang berkualitas.

Di sisi lain, berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemandu Wisata Trekking Sentul dalam Melayani Wisatawan di Desa Karang Tengah, Kabupaten Bogor” oleh (K. J. Rahmawati & Meisyanti, 2023), permasalahan yang diteliti adalah pelayanan pemandu wisata agar wisatawan dapat berkunjung lagi ke tempat wisata tersebut yang ditinjau dari strategi komunikasi pemandu wisata. Pada penelitian tersebut, pemandu melakukan perencanaan dan pelaksanaan yang baik dengan melayani wisatawan sesuai dengan SOP yang berlaku sebagai standarisasi pelayanan dan keamanan. Selain itu, diperlukannya kompetensi dan keahlian sehingga tempat wisata tersebut banyak dikunjungi dan wisatawan dapat kembali berkunjung.

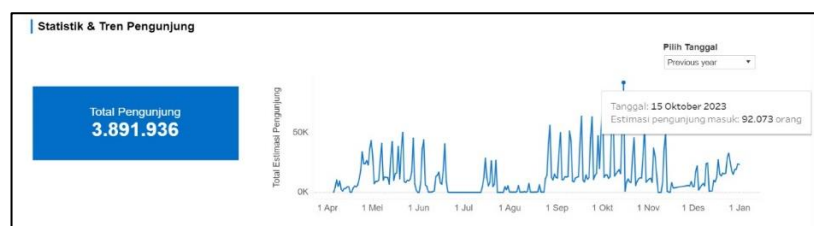
Selain itu, berdasarkan penelitian sebelumnya yang berjudul “Kompetensi Komunikasi pemandu Sebagai Komunikator dalam Konteks Komunikasi Pariwisata di Klenteng Sam Poo Kong” oleh Soehardjo & Mukaromah (2023), dalam penelitian tersebut terdapat hasil bahwa pemandu wisata tidak terlalu dibutuhkan oleh wisatawan yang berkunjung ke Klenteng Sam Poo Kong dikarenakan wisatawan bisa mendapatkan kemudahan dalam mengakses informasi mengenai Klenteng Sam Poo Kong melalui internet, sehingga wisatawan kurang tertarik untuk tahu lebih mendalam tentang sejarah klenteng tersebut dari pemandu wisata. Lalu, penelitian selanjutnya yang berjudul “Perilaku Komunikasi antara Pemandu Wisata dan Wisatawan dalam Wisata Sejarah di Kota Bandung” oleh Pratiwi & Sugandi (2021) menyatakan bahwa pemandu wisata di sini berasal dari suatu komunitas yang di mana komunitas tersebut melakukan persiapan dahulu sebelum melakukan kegiatan komunitas. Mereka juga melakukan penyesuaian komunikasi verbal dan non-verbal serta menyamakan persepsi dengan bahasa yang mudah dipahami.

Menurut penjelasan di atas, terdapat adanya perbedaan yang peneliti lihat dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian ini lebih berfokus pada kompetensi komunikasi dari pemandu wisata yang berada di Masjid Al-Jabbar Bandung, khususnya pada Galeri Rasulullah. Selain itu, perbedaan lainnya terletak pada

pemandu wisata yang bukan berasal dari suatu komunitas, melainkan resmi dari Masjid Al-Jabbar. Di samping itu, perbedaan lain yang peneliti temukan adalah informasi terkait tempat wisata di mana di Masjid Al-Jabbar terdapat Galeri Rasulullah yang memang membutuhkan pemandu wisata untuk membimbing wisatawan untuk dapat menerima informasi yang lebih detail.

Dari hasil penelitian-penelitian terdahulu di atas, dapat diketahui bahwa permasalahan di bidang ilmu komunikasi khususnya kompetensi komunikasi pemandu wisata di Masjid Al-Jabbar Bandung belum ditemukan. Mayoritas penelitian-penelitian terdahulu membahas pada bidang arsitektur dan tidak berfokus pada bidang komunikasi. Dari permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait kompetensi komunikasi pemandu wisata dengan menggunakan pendekatan studi kasus di Masjid Al-Jabbar Bandung.

Keberadaan Masjid Al-Jabbar ini telah menjadi topik hangat di berbagai media, baik media *online* maupun media konvensional. Dikutip dari aljabbar.jabarprov.go.id, selain terdapat bangunan masjid, danau dan taman-taman tematik yang berkaitan dengan kenabian juga menjadi objek menarik lainnya untuk dikunjungi oleh banyak kalangan. Selain digunakan sebagai tempat ibadah umat muslim, Masjid Al-Jabbar juga berfungsi sebagai tempat wisata religi sekaligus pusat edukasi sejarah yang berbau islam. Pusat edukasi sejarah berbau islam tersebut merupakan Galeri Rasulullah yang menjadi salah satu ikon wisata yang hadir di Masjid Terapung ini.



Gambar 1.1 Data Pengunjung Masjid Al-Jabbar 2023

Sumber: (<https://dashboard.jabarprov.go.id>)

Galeri Rasulullah juga kerap menjadi salah satu objek yang banyak dikunjungi wisatawan. Galeri Rasulullah terletak di bawah Masjid Al-Jabbar yang menampilkan berbagai kisah mengenai sejarah perkembangan agama islam dari zaman Jahiliyah, lalu zaman kelahiran Rasulullah hingga persebarannya ke Indonesia khususnya Jawa Barat. Informasi ini disajikan dalam beragam bentuk media, mulai dari replika-replika

hingga teknologi audio-visual yang disertai dengan deskripsi sehingga memudahkan wisatawan dalam memahami objek yang disuguhkan.

Dikarenakan ramainya wisatawan yang datang, maka akses menuju Galeri Rasulullah pun dibatasi menjadi 600 orang per hari untuk menghindari kapasitas yang berlebihan. Dilansir dari beritainspiratif.com, Benny Bachtiar selaku Divisi Seni Budaya Sains Museum Bidang Ekonomi dan Kemandirian Masjid Al-Jabbar menyampaikan bahwa pembatasan pengunjung ini dilakukan karena masih permulaan yang berikutnya akan dievaluasi, apakah bisa ditambah atau dikurangi. Untuk dapat mengunjungi Galeri Rasulullah, dibutuhkan tiket yang bisa didapatkan secara *online* melalui aplikasi Sapawarga. Akan tetapi, untuk mendapatkan tiket tersebut terbilang cukup sulit karena tiket yang tersedia bisa habis dengan cepat. Dilansir dari Portal Bandung Timur, salah satu petugas Galeri Rasulullah yaitu Yudistira mengatakan bahwa tiket selalu habis untuk setiap minggunya karena calon pengunjung akan berebutan. Galeri Rasulullah pun hanya dibuka setiap hari Rabu hingga Minggu pada pukul 13.00 hingga 16.00 WIB.

Keberadaan Masjid Al-Jabbar Bandung sangat memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat di sekitar Masjid Al-Jabbar Bandung, salah satunya adalah dengan bertambahnya lapangan pekerjaan yang dapat dikerjakan oleh masyarakat sekitar Masjid Al-Jabbar Bandung. Seperti halnya dengan tempat wisata yang lain, tempat wisata religi Masjid Al-Jabbar khususnya pada Galeri Rasulullah juga tentunya memiliki pemandu wisata. Menurut Holloway (1981) dalam Rusmiati et al., (2022), pemandu wisata berperan sebagai ‘mediator’ dan ‘pemberi informasi’ pada kegiatan pariwisata. Pemandu wisata membantu memberikan informasi terkait objek-objek yang sedang dikunjungi kepada wisatawan sehingga interaksi pun timbul di antara pemandu wisata dengan wisatawan. Sebagai pemandu wisata, pengetahuan yang luas dan cara berkomunikasi dengan wisatawan perlu dipelajari agar informasi yang diberikan dapat diterima dengan baik.

Sebagai pemandu wisata, diperlukan pengetahuan yang baik salah satunya terkait dengan sejarah dan budaya yang berkaitan dengan tempat atau objek wisata yang mereka pandu. Pengetahuan ini jika dapat dimiliki oleh pemandu wisata dapat membantu mereka dalam memberikan penjelasan pada wisatawan dengan akurat. Dilansir dari mpar.upi.edu, melalui pengetahuan akan sejarah dan budaya tersebut,

wisatawan akan mendapatkan wawasan yang semakin luas. Selain wawasan yang semakin luas, pengalaman yang informatif dan menarik dapat dimiliki oleh wisatawan yang dipandu. Penyampaian informasinya pun perlu disesuaikan dengan para wisatawan yang sedang berkunjung.

Selain berperan sebagai mediator dan memberikan informasi kepada wisatawan, pemandu wisata juga perlu menangani wisatawan untuk dapat mengikuti arahan yang diberikan sehingga kegiatan yang dilakukan bisa berjalan dengan lancar (Rusmiati et al., 2022). Maka dari itu, jika dilihat dalam konteks komunikasi, pemandu wisata juga memiliki peran sebagai komunikator dan wisatawan sebagai komunikan. Sebagai komunikator, pemandu wisata perlu memberikan informasi yang kredibel dan memiliki pembawaan yang menarik sehingga komunikasi yang dihasilkan pun bisa menjadi efektif. Komunikasi yang efektif ini sangat penting untuk dilakukan. Hal ini bertujuan untuk mengurangi kesalahpahaman makna pesan yang disampaikan oleh komunikator maupun komunikan. Pernyataan tersebut sesuai dengan Tubbs & Moss (dalam Rakhmat, 2018) yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif akan menghasilkan lima kriteria, yaitu kesenangan, tindakan, pengertian, hubungan yang baik, dan sikap. Dengan menciptakan komunikasi yang efektif antara pemandu wisata dan wisatawan, maka perlu memiliki kompetensi komunikasi yang di mana, pada konteks ini, pemandu wisata sebagai komunikator harus berkompeten dalam bidang komunikasi. Pemandu wisata sebagai komunikator memerlukan kompetensi agar informasi yang diberikan dapat diterima dengan baik dan melahirkan komunikasi yang efektif. Seperti yang telah diungkapkan oleh Brian Spitzberg dan William Cupach dalam teorinya yaitu *Theory Communication Competence*, kompetensi komunikasi perlu dimiliki oleh komunikator agar kemampuannya tersebut dapat terus dikembangkan.

Kompetensi komunikasi bisa dipelajari dengan mengamati orang lain. Kompetensi komunikasi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan keahlian dalam hal menyimak atau mendengarkan. Selain meningkatkan keahlian dalam menyimak, kompetensi komunikasi juga memerlukan pengetahuan dan keahlian yang dapat dirasakan penerima informasi dan dimiliki oleh sumber informasi, sehingga kompetensi komunikasi juga dapat disebut sebagai bagian dari kredibilitas sumber (Adyawanti, 2017). Kompetensi komunikasi juga berkaitan dengan penggunaan bahasa sebagai dasar kemampuan yang melibatkan pengetahuan terkait interaksi

komunikasi yang terjadi. Kemampuan berbahasa tersebut menjadi salah satu hal yang penting untuk mengurangi situasi yang dapat membuat kegiatan komunikasi menjadi tidak lancar.

Seseorang yang memiliki kompetensi komunikasi, maka akan dapat mengatasi berbagai hambatan komunikasi yang mungkin saja bisa terjadi, sehingga dapat melewati proses adaptasi maupun interaksi yang dijalin berjalan dengan baik dan lancar (Malik & Putri, 2023). Dalam hal ini para pemandu wisata akan dapat melewati hambatan komunikasi karena pemandu wisata sudah memiliki kompetensi komunikasi, dalam kegiatan memandu wisata para pemandu wisata diharuskan sudah siap dengan berbagai permasalahan komunikasi dengan para wisatawan sehingga tercapai tujuan memberikan dan mendapatkan informasi dengan baik. Sedangkan definisi kompetensi komunikasi menurut Littlejohn & Jabusch (dalam Suwatno, 2018) menyatakan bahwa kompetensi komunikasi ialah kemampuan dan kemauan setiap individu untuk mengikuti suatu aktivitas komunikasi sehingga bisa menghasilkan makna yang maksimal. Kiessling et.al (2010) (dalam Malik & Putri, 2023) juga menyebutkan bahwa kompetensi komunikasi merupakan penggabungan antara kemampuan dalam pengelolaan kompetensi sosial, keterampilan untuk mengolah diri dalam kerja sama tim, dan mengembangkan karir profesional.

Komunikasi yang efektif sangat penting untuk dilakukan. Hal ini bertujuan untuk mengurangi kesalahpahaman makna pesan yang disampaikan oleh komunikator maupun komunikan. Pernyataan tersebut sesuai dengan Tubbs & Moss (dalam Rakhmat, 2018) yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif akan menghasilkan lima kriteria, yaitu kesenangan, tindakan, pengertian, hubungan yang baik, dan sikap. Dengan menciptakan komunikasi yang efektif antara pemandu wisata dan wisatawan, maka perlu memiliki kompetensi komunikasi yang di mana, pada konteks ini, pemandu wisata sebagai komunikator harus berkompeten dalam bidang komunikasi.

Penelitian ini berfokus pada kompetensi komunikasi pemandu wisata di Galeri Rasulullah Masjid Al-Jabbar Bandung. Hal ini berangkat dari ditemukannya beberapa fenomena yang terjadi terkait kompetensi komunikasi dari pemandu wisata di Galeri Rasulullah Masjid Al-Jabbar Bandung, yang di mana beberapa wisatawan memiliki keluhan yang sama. Beberapa pemandu wisata di sana masih kurang bisa mengkonduksifkan pengunjung, sehingga pergerakannya menjadi terlalu cepat dan

tertinggal. Pergerakan yang terlalu cepat tersebut mengakibatkan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan informasi yang lebih detail. Selain itu, masih ada pemandu yang kurang ekspresif dan kurang lancar dalam menjelaskan informasi, sehingga memiliki kesan seperti hanya berpresentasi, bukan ber-*story telling*. Dilansir dari desatepus.gunungkidulkab.co.id, pemandu wisata dituntut untuk bisa merepresentasikan objek wisata secara komprehensif. Pemandu wisata diperlukan untuk bisa menjelaskan mengenai detail objek wisata dengan baik dan lancar agar mudah dimengerti oleh para wisatawan. Perjalanan yang dilakukan pun tidak hanya sekadar bersenang-senang, nilai-nilai edukasi pun perlu disalurkan. Selain itu, desatepus.gunungkidul.kab.id juga menyatakan bahwa salah satu keahlian yang perlu dimiliki oleh seorang pemandu wisata adalah kemampuan dalam ber-*story telling*. Menurut Astrid Savitri selaku penulis dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dalam pembicaraannya pada pelaksanaan “Pengabdian Masyarakat Mengenai *Story Telling* Bagi Pramuwisata untuk Meningkatkan Daya Tarik Objek Wisata di Kawasan Solo Raya”, keterampilan *story telling* merupakan hal penting yang perlu dimiliki oleh seorang pramuwisata (uns.ac.id, 2021). Hal tersebut dapat mengubah suasana yang membosankan menjadi lebih menarik. Ia pun menyampaikan bahwa terdapat lima unsur *story telling* yang bisa digunakan untuk membangun suasana tersebut, seperti setting, tokoh, konflik, plot, dan tema. Unsur-unsur tersebut dapat memberikan pengalaman yang mengesankan bagi para wisatawan.

Menurut Sulisty & Arswendi (2021) kemampuan *story telling* merupakan bagian dari *public speaking* yang di mana kemampuan tersebut memerlukan pelatihan agar pesan yang diberikan bisa tersampaikan dengan baik kepada khalayak luas. Mereka pun menyatakan bahwa saat berbicara di depan umum, terkadang hambatan atau kesulitan-kesulitan bisa saja terjadi, entah itu gugup atau kurangnya persiapan. Maka dari itu, agar pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik dan menjadi efektif, keterampilan tersebut memerlukan persiapan dengan cara belajar dan mengikuti pelatihan.

Urgensi penelitian ini mengangkat sebuah permasalahan yang terjadi di Masjid Al-Jabbar Bandung. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh pemandu wisata dengan wisatawan dalam aktivitas wisata religi dan untuk mengetahui sejauh mana peran pemandu wisata

terhadap wisatawan dalam pemenuhan informasi pada aktivitas wisata religi di Masjid Al-Jabbar Bandung. Sehingga dengan adanya penelitian ini, diharapkan wisata religi di Masjid Al-Jabbar Bandung memiliki pemandu wisata yang mempunyai kompetensi komunikasi yang baik sehingga dapat menarik minat calon wisatawan yang akan datang dan wisatawan yang datang juga bisa mendapatkan informasi yang maksimal dari pemandu wisata.

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan di atas, maka maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh pemandu wisata dalam penyampaian informasi kepada wisatawan dalam aktivitas wisata religi di Masjid Al-Jabbar Bandung dan untuk mengetahui peran pemandu wisata terhadap wisatawan dalam pemenuhan informasi pada aktivitas wisata religi di Masjid Al-Jabbar Bandung.

Kompetensi komunikasi dapat dikatakan sebagai kemampuan yang perlu dikuasai oleh pemandu wisata sebagai komunikator untuk menjelaskan dan memberikan informasi mengenai objek wisata kepada wisatawan. Maka dari itu, peneliti mengangkat judul "*Kompetensi Komunikasi Pemandu Wisata dalam Aktivitas Wisata Religi di Masjid Al-Jabbar Bandung*" untuk mengetahui sejauh mana kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh pemandu wisata dalam memandu dan menyampaikan informasi kepada wisatawan, dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik atau tidak. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui lebih jauh terkait fenomena yang terjadi di lingkup pariwisata, yakni pemandu wisata dan wisatawan.

1.2 Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui kompetensi komunikasi yang dimiliki pemandu wisata dalam penyampaian informasi kepada wisatawan dalam aktivitas wisata religi di Masjid Al-Jabbar Bandung.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah bagaimana kompetensi

komunikasi yang dimiliki oleh pemandu wisata dalam penyampaian informasi kepada wisatawan dalam aktivitas wisata religi di Masjid Al-Jabbar Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan literatur atau diskusi untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai kompetensi komunikasi pemandu wisata dalam aktivitas wisata religi di Masjid Al-Jabbar Bandung.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan acuan bagi pihak pariwisata khususnya pada Masjid Al-Jabbar yang merupakan tempat aktivitas wisata religi di Bandung dalam meningkatkan kualitas di bidang pariwisata, salah satunya adalah kompetensi pemandu wisata dalam berkomunikasi khususnya kepada wisatawan yang berkunjung.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada lokasi dan waktu pelaksanaan yang dilakukan sebagai berikut.

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Masjid Al-Jabbar Bandung, khususnya pada Galeri Rasulullah yang terletak di bawah Masjid. Beralamat di Jl. Cimencrang No. 14, Cimencrang, Kecamatan Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat 40292. Lokasi ini dipilih karena memiliki fenomena dan subjek yang saling berkaitan satu sama lain.

1.5.2 Waktu Penelitian

Adapun pelaksanaan pada penelitian ini yang dilaksanakan dalam waktu sebagai berikut.

No.	Jenis Kegiatan	2023	2024							
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
1.	Melakukan Observasi Fenomena, Melakukan Riset terhadap Objek Penelitian (Me-review Website Masjid Al-Jabbar), Menentukan Topik Penelitian.									
2.	Seminar Judul									
3.	Meninjau Penelitian Terdahulu yang Berkaitan dengan Topik Penelitian									
4.	Melakukan Pra-riset Penelitian (Mengunjungi Objek Wisata									

	Masjid Al-Jabbar)									
5.	Penyusunan Proposal Skripsi									
6.	Seminar Proposal (<i>Desk Evaluation</i>)									
7.	Pengumpulan Data Penelitian (Wawancara)									
8.	Pengolahan dan Analisi Data									
9.	Sidang Skripsi									

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Penelitian (Olahan Peneliti, 2024)