

Pelatihan *English Public Speaking* bagi Pemandu Wisata di Desa Wisata Alamendah Bandung

Adji Candra Kurniawan¹, Nur Layli Rachmawati², Yelita Anggiane Iskandar^{3,*}, Mirna Lusiani⁴, Resista Vikaliana⁵, Rahmad Inca Liperda⁶, Wegik Dwi Prasetyo⁷, Ita Musfirowati Hanika⁸, Muhammad Nur Ahadi⁹, Ari Rahman¹⁰, dan Epo Prasetya Kusumah¹¹

Program Studi Teknik Logistik, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Pertamina^{1,2,3,4,5,6}

Program Studi Teknik Kimia, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Pertamina⁷
Program Studi Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Diplomasi, Universitas Pertamina^{8,9}

Program Studi Teknik Lingkungan, Fakultas Perencanaan Infrastruktur, Universitas Pertamina¹⁰

Program Studi Teknik Geologi, Fakultas Teknologi Eksplorasi dan Produksi, Universitas Pertamina¹¹

Email: adjick@universitaspertamina.ac.id¹,

nl.rachmawati@universitaspertamina.ac.id², yelita.ai@universitaspertamina.ac.id³,
mirna.lusiani@universitaspertamina.ac.id⁴, resista.vikaliana@universitaspertamina.ac.id⁵,
inca.liferda@universitaspertamina.ac.id⁶, wegik.dp@universitaspertamina.ac.id⁷,
ita.mh@universitaspertamina.ac.id⁸, muhhammad.na@universitaspertamina.ac.id⁹,
ari.rahman@universitaspertamina.ac.id¹⁰, dan epo.pk@universitaspertamina.ac.id¹¹

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kemampuan komunikasi berbahasa Inggris para pemandu wisata yang menjadi garda terdepan pariwisata di Desa Wisata Alamendah Bandung. Desa wisata ini tergolong desa maju sesuai SK Bupati Bandung, yang memiliki beragam paket wisata. Wisatawan yang menjadi target desa tidak hanya dari kelompok domestik tapi juga internasional. Sebagaimana sector pariwisata secara umum, Desa Wisata Alamendah juga mengalami penurunan jumlah kunjungan selama masa pandemi. Kondisi inilah yang mendorong semua pihak yang berkepentingan untuk berbenah di segala aspek terutama yang terkait sumber daya manusianya. Kesiapan dan kemampuan berbahasa asing yaitu Bahasa Inggris menjadi hal yang tidak terelakkan. Karena itu, penyediaan pelatihan *tourism public speaking* menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan Kembali gelora pariwisata desa.

Kata kunci : *Desa Wisata, Komunikasi, Pelatihan, dan Bahasa Inggris*

ABSTRACT

The aim of this Community Service activity is to improve the English language communication skills of tour guides who are at the forefront of tourism in the Alamendah Tourist Village, Bandung. This tourist village is classified as a developed village according to the Decree of the Regent of Bandung, which has various tourist packages. The tourists targeted by the village are not only domestic but also international. Like the tourism sector in general, Alamendah Tourism Village also experienced a decrease in the number of visits during the pandemic. This condition encourages all interested parties to improve in all aspects, especially those related to human resources. Readiness and ability to speak a foreign language, namely English, is inevitable. Therefore, providing tourism public speaking training is one solution to increase the enthusiasm for village tourism again..

Keyword : *Tourist Village, Communication, Training, and English Language*

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu memberikan manfaat ekonomi bagi suatu negara atau wilayah (Yanes, Zielinski, Cano, & Kim, 2019). Pada tahun 2022, nilai devisa negara dari sektor pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan dari 0,52 milyar USD menjadi 4,26 milyar USD (Hendriyani, 2023). Melihat dampak positif yang didapatkan dari sektor pariwisata, Indonesia mendorong perkembangan sektor pariwisata berbasis masyarakat melalui Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: Km.18/Hm.001/Mkp/2011 tentang Pedoman Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata (Kemenparekraf, 2011).

Pariwisata berbasis Masyarakat atau *Community-based Tourism* (CBT) merupakan pengembangan dari pariwisata berbasis massa dimana dalam pelaksanaannya lebih melibatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama (Juliana, Parani, Sitorus, Pramono, & Maleachi, 2021). Dalam pendirian desa wisata berbasis masyarakat diperlukan beberapa syarat utama, antara lain daerah tersebut memiliki daya tarik baik dari segi alam maupun budaya, dan sumber daya manusia (SDM) (Juliana, Parani, Sitorus, Pramono, & Maleachi, 2021).

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki daya tarik tinggi baik dari sisi keragaman budaya dan keindahan alam. Penerapan wisata berbasis masyarakat menjadi suatu strategi yang menarik. Pada tahun 2023, jumlah desa wisata di Indonesia mengalami peningkatan menjadi 4.729 desa, yang tersebar kedalam beberapa klaster, antara lain 3.480 rintisan, 937 berkembang, 290 maju, dan 23 mandiri

(Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

2. PERMASALAHAN

Desa Wisata Alamendah (DWA atau Dawala) yang berlokasi di Rancabali, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat didirikan pada tanggal 02 Februari 2011 melalui keputusan Bupati Bandung No. 556.42/kep.71-DISBUDPAR/2011.

Untuk menarik wisatawan, DWA menawarkan berbagai macam paket wisata, antara lain *Birds Watching*, *Alamendah Trip*, *Alamendah Coffee Trip*, *Ngagoes Ulin Kalemur*, *Wisata Petualangan*, dan *outbound* dengan harga, menu, dan fasilitas yang berbeda (Desa Wisata Alamendah, n.d.). Berdasarkan data historis tahun 2019, total pengunjung DWA sekitar 2.500 orang. Selain itu DWA menetapkan target bahwa setiap tahunnya akan dikunjungi minimal 2.500 orang selain turut mempromosikan wisata DWA ke turis mancanegara.

Namun pengelola DWA memiliki tantangan dari sisi kesiapan sumber daya manusia (SDM), dimana SDM masih belum cukup percaya diri untuk melayani turis mancanegara dikarenakan kendala bahasa dan komunikasi. Sebelumnya, pengelola DWA sudah pernah menyelenggarakan pelatihan *public speaking* baik yang menggunakan bahasa pengantar berupa Bahasa Indonesia maupun Bahasa Inggris. Namun pada saat pelaksanaan, pemandu wisata merasa masih belum cukup lancar melayani pengunjung menggunakan Bahasa Inggris. Untuk itu pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat oleh tim Universitas Pertamina ini difokuskan pada pelatihan komunikasi menggunakan Bahasa Inggris untuk *tour guide* (pemandu wisata) DWA.

3. METODOLOGI

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Berikut ini laporan kegiatan pelatihan *tourism public speaking* bagi pemandu wisata Desa Wisata Alamendah, Bandung.

3.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan *tourism public speaking* dilakukan untuk promosi pariwisata di Desa Wisata Alamendah Bandung yang dilaksanakan pada tanggal 23 Agustus 2023 (Gambar 1). Pelatihan ini berlangsung selama empat jam, dimulai pada pukul 12.00 hingga 16.00 WIB. Lokasi pelatihan adalah di kantor Desa Wisata Alam Endah Bandung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada saran dari masyarakat binaan untuk mempermudah mobilisasi peserta kegiatan.



Gambar 1. Peserta Mengikuti Pelatihan di Kantor Desa

3.3 Peserta Pelatihan

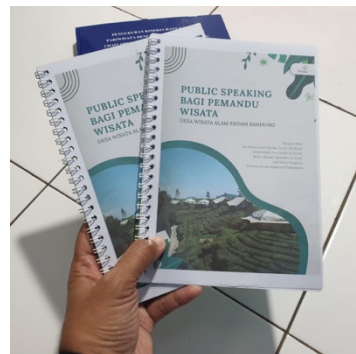
Kegiatan pelatihan diikuti oleh sekitar 20 orang pemandu wisata yang terdiri dari beragam latar belakang dan usia (Gambar 2). Tidak dilakukan proses seleksi untuk peserta yang mengikuti acara ini. Dapat dikatakan jika hampir seluruh anggota pemandu wisata hadir dalam kegiatan ini berdasarkan informasi dari ketua tim pengelola desa.



Gambar 2. Peserta Pelatihan dan Panitia

3.4 Deskripsi Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan ini mencakup tiga aspek *public speaking* yang dirancang dan telah dituliskan ke dalam modul pelatihan (Gambar 3).



Gambar 3. Modul Pelatihan

Ketiga aspek *tourism public speaking* yang dimaksud adalah pengenalan konteks komunikasi antar budaya, komunikasi verbal dan non verbal, dan teknik komunikasi. Sebelum kegiatan dimulai, peserta diberikan salinan dari modul pelatihan untuk dibaca terlebih dahulu. Kegiatan pelatihan dimulai dengan pembukaan oleh koordinator acara Pengabdian kepada Masyarakat dari tim Universitas Pertamina yang diwakili Ibu Yelita Anggiane Iskandar, M.T. Acara dilanjutkan dengan pemaparan materi terkait dengan tiga aspek *public speaking* yang telah disebutkan di atas. Pemaparan materi dibantu oleh mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pertamina: Agnessia Nurshinta Dewi, Adil Setyo Pangestu, dan Patrick Jossia Nethanael Supriyanto.

Proses penjelasan terkait materi juga diperkuat dengan dilakukannya kegiatan simulasi dan praktik langsung oleh peserta pelatihan. Pada akhir acara diberikan hadiah kepada beberapa peserta yang aktif selama kegiatan dan juga penyerahan cendera mata dari Universitas Pertamina kepada Koordinator Desa Wisata Alam Endah Bandung, Bapak Aep Wiguna.

3.5 Modul Pelatihan

Modul kegiatan *tourism public speaking* seperti yang telah disebutkan di atas menerapkan tiga aspek. Pada bagian pengenalan konteks komunikasi antar budaya, dijelaskan tentang perbedaan *high-context communication* dan *low-context communication*. Mengacu pada (Hall & Hall, 1990), berikut adalah definisi *high-context communication* dan *low-context communication*: *High-context communication* adalah bentuk komunikasi yang mana sebagian besar makna terletak pada konteks fisik (lingkungan sekitar) atau individu yang meliputi ekspresi wajah, intonasi suara, dan gestur tubuh. Sedangkan, *Low-context communication* adalah bentuk komunikasi yang mana sebagian besar informasi terkandung dalam pesan yang disampaikan, bukan diletakkan pada konteks fisik (lingkungan sekitar) atau individu. Bagian ini coba dijelaskan kepada peserta untuk membuka pemahaman mereka bahwa komunikasi memiliki beragam bentuk. Sehingga diharapkan muncul kesadaran dan kebiasaan yang baik dalam melakukan kegiatan memandu wisatawan.

Bagian kedua modul membahas hal terkait komunikasi verbal dan non-verbal. Setelah pembahasan terkait *context communication*, bagian ini coba memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait bentuk-bentuk komunikasi. Komunikasi verbal dapat diklasifikasikan berdasarkan cara

penyampaiannya, yakni komunikasi verbal vokal, yakni jenis komunikasi yang memerlukan individu untuk menyampaikan pesan dengan mengucapkannya lewat kata-kata. Misalnya, ketika seorang *tour guide* sedang memberikan penjelasan mengenai objek pariwisata. Lalu ada komunikasi verbal non vokal, yakni jenis komunikasi ketika individu menyampaikan pesan dengan kata-kata namun tidak diucapkan, melainkan disampaikan melalui tulisan. Contoh tipe komunikasi ini yang cukup sering ditemui adalah penggunaan *website* sebagai alat promosi destinasi wisata, dimana para turis dapat mengakses informasi terkait atraksi wisata, paket perjalanan, dan informasi lainnya.

Komunikasi nonverbal adalah komunikasi dalam bentuk perilaku dan karakteristik yang mengandung makna, tanpa menggunakan kata-kata (Floyd, 2011). Dalam ranah komunikasi manusia, komunikasi merupakan proses penciptaan makna antara pengirim (*senders*) dan penerima (*receivers*) melalui pertukaran tanda dan simbol (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016). Sejalan dengan definisi ini, tanda dan simbol tidak harus berupa bahasa verbal yang ditulis atau diucapkan, namun dapat pula berupa kode nonverbal. (Lubis, 2019) dan (Rusmiati, Malihah, & Andari, 2022) dalam penelitiannya mengkonfirmasi bahwa pemandu wisata lokal dengan kemampuan komunikasi yang baik memiliki peranan besar dalam mengembangkan sebuah tempat wisata sebagai media promosi yang efektif.

Bagian ketiga dari modul berisikan tentang teknik komunikasi. Pada bagian ini terdiri dari penjelasan dan petunjuk untuk melakukan praktik kegiatan dari semua konsep yang telah dipelajari. Pada bagian ini, peserta diajak untuk mempraktikkan apa yang telah dipelajari

disesuaikan dengan cara yang nyaman bagi mereka (Gambar 4).



Gambar 4. Praktik Simulasi *Public Speaking*

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah penjelasan terkait dampak dari kegiatan pelatihan *tourism public speaking* bagi pemandu wisata Desa Wisata Alamendah Bandung. Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan komunikasi mereka sebagai pemandu wisata. Tujuan utama dari kegiatan pelatihan ini adalah untuk memberikan pemahaman terkait dengan ragam dan tipe komunikasi seperti *low-high context*, dan verbal dan non-verbal. Hasil dari pelatihan mampu mencapai tujuan tersebut sehingga peserta lebih memahami secara menyeluruh hal-hal yang harus mereka perhatikan selama berkomunikasi dengan pengunjung. Bukan hanya hal verbal yang perlu mereka sampaikan tapi *gesture* saat berbicara menjadi lebih tenang setelah pelatihan dilakukan.

Indikator lain yang kami gunakan dalam melakukan evaluasi kegiatan adalah kepuasan dari mitra kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Kami melakukan survei terkait kegiatan ini yang diisi oleh peserta. Responden memilih jawaban berdasarkan skala Likert 1 hingga 4. Nilai 1 menyatakan sangat tidak setuju sedangkan 4 menyatakan sangat setuju. Pernyataan yang diberikan dalam survei tersebut berkaitan dengan beberapa hal sebagai berikut; Materi PkM sesuai dengan kebutuhan mitra, hasil pilihan mitra adalah nilai 4 atau sangat setuju. Pernyataan ini didukung oleh respon yang baik setelah acara selesai yaitu banyak peserta yang menyadari jika komunikasi itu memiliki beragam bentuk, dan mereka sepakat untuk lebih memperhatikan detail-detail komunikasi mereka kedepannya.

Pernyataan kedua dalam kuesioner adalah kegiatan PkM yang dilaksanakan sesuai harapan mitra. Hasil jawaban mitra adalah 4 artinya sangat setuju. Hal yang paling diharapkan oleh mitra dalam kegiatan pelatihan ini adalah praktik yang bisa mereka lakukan untuk menerapkan ilmu yang telah mereka pelajari. Dalam pelaksanaan kegiatan, panitia memang mengalokasikan waktu untuk dilakukannya praktik komunikasi verbal dan non-verbal serta praktik komunikasi untuk *low-high context*.

Pernyataan ketiga adalah mitra mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan PkM yang dilaksanakan. Hal ini dijawab responden dengan sangat setuju. Sesuai dengan pernyataan nomor satu, wawasan mitra terkait dengan cara yang diperlukan untuk berkomunikasi dan menjadi pemandu wisata semakin luas.

Pernyataan keempat yaitu pendapat, rekomendasi, atau pertanyaan mitra ditanggapi dengan baik oleh personal/anggota Universitas Pertamina yang terlibat dalam kegiatan PkM. Hal

ini dijawab mitra dengan pernyataan sangat setuju. Selama kegiatan berlangsung, sesi tanya jawab dilakukan untuk setiap bagian materi dan juga di akhir sesi. Respon dari peserta cukup baik dan aktif.

Pernyataan kelima adalah secara umum, mitra puas dengan kegiatan PkM yang dilaksanakan. Mitra memberikan pernyataan sangat setuju. Hal ini sejalan dengan kebutuhan dan harapan dari mitra.

Pernyataan keenam menjadi pernyataan terakhir, yaitu mitra akan mendukung atau mengikuti kegiatan lainnya yang diselenggarakan oleh Universitas Pertamina. Hal ini direspon dengan sangat setuju oleh mitra. Setelah acara selesai dilaksanakan, ada beberapa pembicaraan yang dilakukan dan disepakati jika masih ada beberapa hal dan teori komunikasi lainnya yang bisa dibagikan kepada peserta kedepannya untuk meningkatkan kemampuan peserta. Hal ini mendorong antusiasme peserta untuk mengikuti acara serupa jika diadakan kembali.

Selama kegiatan berlangsung, masih terdapat beberapa hal yang bisa ditingkatkan. Hal ini disebabkan keterbatasan waktu kegiatan yang menyebabkan masih banyak materi yang bermanfaat namun tidak bisa disampaikan. Selain itu juga belum sempat dilakukan pemantauan untuk penerapan hasil kegiatan di situasi sebenarnya. Sehingga diberikan beberapa rekomendasi yang dirasa perlu. Pertama dilakukan kegiatan berkelanjutan untuk membahas beberapa teori lanjutan untuk meningkatkan pemahaman dan wawasan peserta. Kedua adalah pemantauan dan evaluasi berkelanjutan, perlu ada pemantauan langsung untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dari kemampuan komunikasi peserta.

5. KESIMPULAN

Dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah dilakukan ini tercapai beberapa hal penting. Pelatihan *tourism public speaking* di Desa Wisata Alamendah Bandung telah membuat peserta yang terdiri dari pemandu wisata setempat meningkat wawasan dan keterampilannya dalam hal komunikasi. Peningkatan kemampuan komunikasi mereka dirasa akan memiliki dampak positif pada kemampuan dalam mempromosikan pariwisata lokal.

Kegiatan ini secara jelas menunjukkan peran penting keterampilan *public speaking* dalam konteks promosi pariwisata lokal. Para pemandu pariwisata diharapkan mampu berbicara dan memberikan *gesture* yang baik selama mengkomunikasikan pariwisata lokal sehingga meningkatkan daya tarik pariwisata di tempat mereka. Hal ini menjadi alat yang kuat dalam mengembangkan ekonomi setempat.

Berdasarkan kegiatan ini, kami juga memberikan beberapa saran untuk pengembangan berkelanjutan. Melibatkan lebih banyak kelompok masyarakat untuk menjadi peserta dalam kegiatan yang serupa. Mengembangkan materi yang lebih variatif berdasarkan kebutuhan mitra untuk pengembangan berkelanjutan. Serta melakukan kolaborasi yang lebih luas dengan pemangku kepentingan dalam mendukung perkembangan pariwisata lokal.

Kegiatan ini diharapkan memberikan dampak positif kepada perkembangan pariwisata di Desa Wisata Alamendah Bandung yang sempat tergerus geliatnya akibat pandemi Covid-19.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada mitra PkM kami, Desa Wisata Alamendah, Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat terutama kepada Bapak Aep Wiguna selaku Ketua Pengelola Desa. Selain itu kami juga menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Pertamina yang telah mendanai dan mendukung terselenggaranya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Yanes, A., Zielinski, S., Cano, M. D., & Kim, S.-i. (2019). Community-Based Tourism in Developing Countries: A Framework for Policy Evaluation. *Sustainability*, 11(2506).
- Hendriyani, I. G. (2023, 01 25). *Siaran Pers: Menparekraf Paparkan Penyerapan Pagu Anggaran Tahun 2022 di Hadapan Komisi X DPR RI*. Diambil kembali dari <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-paparkan-penyserapan-pagu-anggaran-tahun-2022-di-hadapan-komisi-x-dpr-ri>
- Kemenparekraf. (2011). *Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata*. Diambil kembali dari chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgleclefindmkaj/https://jdih.kemenparekraf.go.id/asset/data_puu/regulation_subject_1593768111_km18hm001mkp2011.pdf
- Juliana, Parani, R., Sitorus, N. I., Pramono, R., & Maleachi, S. (2021). Study of Community Based Tourism in the District West Java. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 277-285.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Peta Sebaran*. Diambil kembali dari Jadesta: <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/peta>
- Hall, E., & Hall, M. (1990). *Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans*. Yarmouth: Intercultural Press.
- Floyd, K. (2011). *Interpersonal Communication 2nd edition*. New York: McGrawHill .
- Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Floyd, K. (2016). *Nonverbal Communication*. New York: Routledge.
- Lubis, A. (2019). Peranan Komunikasi Pemandu Wisata dalam Mempromosikan Pariwisata Islami di Kota Medan. *AL-IDÁRAH*, 55-61.
- Rusmiati, D., Malihah, E., & Andari, R. (2022). Peran Pemandu Wisata dalam Pariwisata Pendidikan. *Jurnal Inovasi Penelitian* .