

Kerjasama antara



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia



Studi Ilmu Komunikasi

Program

E-ISSN:
2962- 4169
Volume 3
Nomor 1
Juni 2024

KONTEKSTUAL
Jurnal Ilmu Komunikasi
www.ubl.ac.id/kontekstual

GAYA KOMUNIKASI PEMANDU WISATA BANDUNG *TOUR ON BUS*
**(Studi Kasus Pada Pemandu Wisata Bandung *Tour On Bus* (Bandros) Dalam
Memperkenalkan Kota Bandung)**

**Affan Neskisyah Ramadhan¹, Wanti Haerani², Fatimatus Zahro³, Sani Aulia
Damaianti⁴, Syifa Adira Ramadina⁵**

¹⁻⁵ *International Women University, Indonesia*

Jl. Pasir Kaliki No.179A, Pamoyanan, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat
40173

affanr@iwu.ac.id

Abstrak

Pemandu wisata Bandung *Tour On Bus* merupakan orang yang bertugas untuk memandu dan memberikan informasi kepada wisatawan yang menggunakan layanan Bandros (Bandung *Tour On Bus*) saat mengunjungi berbagai objek wisata di Kota Bandung. Bandros adalah bus wisata khas Kota Bandung yang menawarkan layanan tur keliling kota dengan rute tetap dan jadwal yang terjadwal. Pada setiap perjalanan, Bandros akan ditemani oleh seorang pemandu wisata yang bertugas untuk memberikan informasi dan penjelasan tentang tempat-tempat yang dikunjungi selama tur. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi pemandu wisata *Bandung Tour On Bus* dalam memperkenalkan Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik observasi partisipan dan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemandu wisata Bandung *Tour On Bus* menggunakan gaya komunikasi yang informatif, komunikatif, menarik, persuasif, dan fleksibel. Gaya komunikasi ini digunakan untuk menyampaikan informasi tentang objek wisata di Kota Bandung kepada wisatawan dengan cara yang jelas, akurat, dan menarik. Pemandu wisata juga menggunakan humor dan contoh untuk membuat penjelasan lebih menarik. Selain itu, pemandu wisata mampu menjawab pertanyaan wisatawan dengan sabar dan memuaskan.

Kata Kunci : *Gaya Komunikasi; Pemandu Wisata; Bandung Tour On Bus*

Abstract

A Bandung Tour On Bus tour guide is a person whose job is to guide and provide information to tourists who use the Bandros (Bandung Tour On Bus) service when visiting various tourist

attractions in the city of Bandung. Bandros is a typical Bandung city tour bus that offers tour services around the city with fixed routes and scheduled schedules. On each trip, Bandros will be accompanied by a tour guide whose job is to provide information and explanations about the places visited during the tour. This research aims to analyze the communication style of Bandung Tour On Bus tour guides in introducing the city of Bandung. The research method used is qualitative with participant observation techniques and in-depth interviews. The research results show that Bandung Tour On Bus tour guides use a communication style that is informative, communicative, interesting, persuasive and flexible. This communication style is used to convey information about tourist attractions in the city of Bandung to tourists in a clear, accurate and interesting way. Tour guides also use humor and examples to make explanations more interesting. Apart from that, the tour guide is able to answer tourists' questions patiently and satisfactorily.

Keywords : *Communication Style; Tour guide; Bandung Tour On Bus*

PENDAHULUAN

Wisata adalah kegiatan mengunjungi objek yang menarik untuk ditelusuri. Untuk mendapatkan informasi yang mendalam terkait objek wisata yang dikunjungi, pengelola tempat biasanya menyediakan pemandu wisata (*tour guide*) untuk mendampingi para pengunjung. Pemandu wisata memainkan peran sentral dalam kesuksesan program Bandung *Tour on Bus* (Bandros). Mereka bertindak sebagai jembatan antara destinasi wisata dan wisatawan, menyediakan informasi, pengetahuan, dan pengalaman yang kaya tentang tempat-tempat yang dikunjungi. Penelitian dari *World Tourism Organization* (UNWTO, 2019) menunjukkan bahwa wisatawan semakin menghargai pemandu wisata yang tidak hanya memberikan informasi faktual, tetapi juga dapat menceritakan sejarah, tradisi, dan budaya lokal dengan cara yang menarik. Hal ini membantu menciptakan pengalaman yang lebih bermakna bagi wisatawan. Pemandu yang mampu menyampaikan informasi secara jelas, menarik, dan interaktif akan membuat tur semakin edukatif dan menyenangkan. Beberapa aspek penting dalam gaya komunikasi pemandu wisata yang dapat meningkatkan kualitas layanan antara lain penguasaan materi yang luas dan mendalam mengenai sejarah, budaya, dan daya tarik Kota Bandung, kemampuan bercerita yang menarik sehingga wisatawan merasa terlibat dan antusias menjelajahi kota, interaksi yang ramah, komunikatif, dan responsif terhadap pertanyaan wisatawan untuk menciptakan suasana tur yang personal dan menyenangkan, serta penggunaan bahasa yang mudah dipahami baik oleh wisatawan. Dengan gaya komunikasi yang efektif, pemandu wisata Bandros dapat memberikan pengalaman berharga bagi wisatawan serta mempromosikan Kota Bandung secara optimal.

Bandung, ibukota Jawa Barat terkenal dengan julukannya sebagai "Kota Kembang". Julukan ini tak lain karena keindahan alamnya yang memukau, keramahan penduduknya, dan kekayaan budayanya. Tak heran, Bandung menjadi salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia, baik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung, jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bandung sebagai berikut:

Jenis Wisatawan	Perkiraan Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung Berdasarkan Pintu Masuk Kota Bandung (Jiwa)		
	2019	2020	2021
Mancanegara	252.842	30.210	37.417
Domestik	8.175.221	3.214.390	3.704.263
Jumlah	8.428.063	3.244.600	3.741.680

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2019-2021 (https://disbudpar.bandung.go.id/c_umum)

Sebagai kota wisata, Bandung menawarkan berbagai macam pilihan wisata, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, hingga wisata belanja. Beragamnya pilihan wisata ini membuat Bandung menjadi kota yang menarik untuk dikunjungi dan dijelajahi. Untuk dapat menikmati keindahan dan keunikan Bandung secara menyeluruh, salah satu pilihan yang banyak diminati adalah dengan mengikuti tur wisata menggunakan bus. Bandung *Tour On Bus* (Bandros) adalah layanan bus wisata yang beroperasi di sekitar Alun-Alun Bandung, menawarkan pengalaman berwisata yang menyenangkan bagi para wisatawan. Berdasarkan informasi yang diperoleh, terdapat 12 unit bandros yang disediakan oleh Dinas Perhubungan Kota Bandung untuk melayani pengunjung. Setiap unit bandros dapat memuat hingga 20 orang penumpang, memberikan kemudahan bagi rombongan wisatawan untuk menjelajahi keindahan Kota Bandung.

Rute yang ditempuh oleh bandros pun sangat menarik, meliputi beberapa titik destinasi wisata ternama di sekitar Alun-Alun, seperti Asia Afrika, Banceuy, Naripan, Braga, Sunia Raja, Via Duct, Wastukencana, LL Re Martadinata, Dago, Gedung Sate, Diponegoro, Citarum, Lombok, Aceh, Belitung, Sumatera, Tamblong, dan Otista, sebelum akhirnya kembali lagi ke Alun-Alun. Perjalanan ini memberikan kesempatan bagi para wisatawan untuk menikmati keindahan arsitektur, kuliner, dan suasana khas Kota Bandung. Untuk mengoperasikan 12 unit bandros tersebut, Dinas Perhubungan Kota Bandung mempekerjakan sekitar 30 orang pemandu wisata yang siap memberikan informasi dan pemahaman yang mendalam mengenai sejarah serta daya tarik setiap destinasi yang dilalui. Menurut data yang diperoleh dari narasumber, jumlah wisatawan yang menggunakan layanan bandros cenderung mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahunnya, menunjukkan tingkat popularitas yang tinggi dari fasilitas transportasi wisata ini di kalangan pengunjung Kota Bandung.

Gaya komunikasi merujuk pada cara individu menyampaikan pesan kepada orang lain, yang meliputi aspek verbal (penggunaan kata-kata dan intonasi) dan non-verbal (bahasa tubuh, ekspresi wajah, kontak mata). Faktor-faktor penting dalam gaya komunikasi pemandu wisata Bandros antara lain intonasi suara, di mana pemandu yang mampu memodulasi volume, nada, dan ritme suara akan membuat penyampaian informasi lebih menarik dan mudah dipahami. Bahasa tubuh, seperti gestur, mimik wajah, dan kontak mata yang ekspresif dapat membantu pemandu menciptakan interaksi yang lebih personal dan komunikatif (Pikiran Rakyat, 2022). Pemandu wisata yang mampu mengemas informasi dengan baik dan menciptakan interaksi yang menyenangkan cenderung akan memberikan kesan positif dan mendorong wisatawan untuk lebih menghargai keindahan serta keunikan Bandung. Oleh karena itu, gaya komunikasi pemandu wisata menjadi salah satu faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan tur wisata dan tingkat kepuasan wisatawan terhadap kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi pemandu wisata Bandros dalam memperkenalkan Kota Bandung. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi elemen-elemen komunikasi yang sering digunakan oleh pemandu wisata, bagaimana mereka menyampaikan informasi kepada wisatawan, dan bagaimana gaya komunikasi tersebut mempengaruhi persepsi dan pengalaman wisatawan. Dalam konteks Bandung, yang dikenal dengan masyarakatnya yang ramah dan kreatif, gaya komunikasi pemandu wisata diharapkan mencerminkan karakteristik tersebut. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada literatur mengenai gaya komunikasi pemandu wisata, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis untuk peningkatan kualitas layanan wisata di Kota Bandung. Pada akhirnya, diharapkan bahwa dengan adanya pemahaman yang lebih baik mengenai gaya komunikasi yang efektif, program Bandros dapat terus berkembang dan menjadi salah satu ikon pariwisata yang membanggakan bagi Bandung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman yang mendalam tentang fenomena tertentu. Penelitian ini berfokus untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam mengenai gaya komunikasi yang digunakan oleh pemandu wisata Bandung *Tour On Bus* (Bandros) dalam memperkenalkan Kota Bandung kepada para wisatawan. Studi kasus memusatkan perhatian pada satu kasus tunggal atau beberapa kasus yang terbatas, yang memungkinkan peneliti untuk menganalisisnya secara mendalam. Penelitian ini akan mengeksplorasi fenomena gaya komunikasi pemandu wisata Bandros secara khusus dan komprehensif. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma ini memandang realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang dibentuk melalui interaksi dan interpretasi individu. Dalam konteks penelitian ini, gaya komunikasi pemandu wisata Bandros dipandang sebagai hasil konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti latar belakang, pengalaman, dan tujuan komunikasi mereka.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori *two-step flow* untuk menganalisis gaya komunikasi pemandu wisata Bandung *Tour On Bus* dalam memperkenalkan kota Bandung. Teori *two-step flow* menjelaskan bahwa informasi yang disampaikan media massa akan melalui *opinion leader* sebelum sampai ke khalayak umum. Dalam konteks penelitian ini, pemandu wisata Bandung *Tour On Bus* berperan sebagai *opinion leader* yang menyampaikan informasi tentang kota Bandung kepada para wisatawan. Konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini meliputi gaya komunikasi, pemandu wisata, dan bandung *tour on bus* (bandros). Penggunaan teori dan konsep ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif tentang gaya komunikasi pemandu wisata Bandros dalam memperkenalkan Kota Bandung kepada wisatawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut pengamatan yang dilakukan penulis, pemandu wisata Bandung *Tour On Bus* menggunakan beberapa gaya komunikasi dalam memperkenalkan Kota Bandung kepada wisatawan, yaitu gaya komunikasi yang informatif, komunikatif, menarik, persuasif, dan fleksibel. Gaya komunikasi informatif terlihat dari penyampaian informasi yang jelas dan terstruktur mengenai objek-objek wisata, sejarah, serta hal-hal menarik lainnya di Kota Bandung. Pemandu wisata juga menerapkan gaya komunikasi komunikatif dengan berinteraksi secara aktif bersama penumpang, membuka ruang diskusi dan tanya jawab,

serta menggunakan bahasa yang mudah dipahami, menciptakan komunikasi dua arah yang interaktif dan menyenangkan.

Gaya komunikasi yang menarik ditunjukkan dari penyampaian informasi dengan intonasi, gestur, dan ekspresi yang menarik perhatian penumpang, serta materi yang dikemas dengan cerita-cerita dan fakta unik yang menghibur, sehingga penyampaian informasi tidak membosankan. Pemandu wisata juga menerapkan gaya komunikasi persuasif, dimana mereka mampu membujuk dan mempengaruhi penumpang untuk tertarik mengunjungi tempat-tempat wisata dan kuliner yang direkomendasikan, melalui pemaparan manfaat dan keunikan tempat wisata secara meyakinkan, mendorong minat penumpang untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut.

Teori *Two-Step Flow* menyatakan bahwa informasi atau pesan-pesan dari media massa tidak secara langsung mempengaruhi individu-individu, melainkan melalui *opinion leader*. *Opinion leader* adalah individu-individu yang aktif dalam media massa dan memiliki pengaruh terhadap orang-orang di sekitarnya. Dalam konteks pariwisata Kota Bandung, pemandu wisata dapat berperan sebagai *opinion leader* yang menjadi penghubung antara dinas pariwisata dan masyarakat atau wisatawan. Dinas pariwisata Kota Bandung memiliki berbagai informasi dan pesan-pesan mengenai keunikan, *landmark*, serta potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kota Bandung. Sebagai *opinion leader*, pemandu wisata bertugas untuk menyampaikan informasi dan pesan-pesan tersebut kepada masyarakat atau wisatawan secara langsung dan interaktif. Mereka dapat menjelaskan, mempromosikan, dan mengedukasi tentang berbagai destinasi wisata yang menarik di Kota Bandung.

Melalui peran tersebut, pemandu wisata dapat mempengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku masyarakat atau wisatawan terhadap pariwisata Kota Bandung. Mereka dapat membentuk opini dan pemahaman yang positif tentang destinasi-destinasi wisata di Bandung, sehingga masyarakat atau wisatawan memiliki minat dan antusiasme yang tinggi untuk mengunjungi dan menikmati pariwisata Kota Bandung. Selain itu, pemandu wisata juga dapat menjadi rujukan atau sumber informasi terpercaya bagi masyarakat atau wisatawan. Mereka dianggap sebagai ahli dan memiliki kredibilitas dalam memperkenalkan Kota Bandung, sehingga masyarakat atau wisatawan cenderung mempercayai informasi yang disampaikan oleh pemandu wisata.

Kemudian pemandu wisata juga dapat memfasilitasi interaksi dan komunikasi antara dinas pariwisata dengan masyarakat atau wisatawan. Mereka dapat menjadi jembatan untuk menyampaikan umpan balik, saran, dan aspirasi dari masyarakat atau wisatawan kepada pihak pengelola pariwisata. Hal ini dapat membantu dinas pariwisata dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas pariwisata Kota Bandung sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Dengan peran-peran tersebut, pemandu wisata dapat menjadi *opinion leader* yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan dari dinas pariwisata kepada masyarakat atau wisatawan.

Dalam hal ini, para pemandu wisata BANDROS, terlebih dahulu diberikan arahan oleh Dinas Perhubungan melalui HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia), seperti diadakannya diklat (Pendidikan Latihan) kurang lebih seminggu dalam sebulan. HPI memberikan arahan terkait teori untuk para *tour guidenya* sendiri, sedangkan dari DISHUB hanya memberikan arahan terkait lapangan. HPI memberikan program pelatihan untuk para *tour guide* BANDROS yaitu Melopen. Kegiatan dari program tersebut yakni para *tour guide* diarahkan untuk mengamati perjalanan BANDROS, khususnya mengamati bagaimana cara untuk menjadi pemandu wisata yang benar. Selain itu HPI juga memberikan arahan terkait materi sejarah, *public speaking*, kepribadian dan arahan lainnya seputar pemandu wisata.

Poin-poin yang harus dipenuhi saat menjadi pemandu wisata ada tiga yaitu *Skill, Attitude dan Knowledge*. Selain itu sikap yang perlu diterapkan oleh pemandu wisata yaitu ramah dan selalu berusaha menyelipkan candaan agar suasana tidak menjadi canggung dan bosan. Para pemandu wisata juga melakukan beberapa improvisasi tersendiri. Improvisasi ini dilakukan agar para wisatawan merasa lebih nyaman dan tidak bosan selama perjalanan. Adapun beberapa improvisasi yang dilakukan oleh para pemandu wisata yaitu melakukan penyesuaian penyampaian kepada para wisatawan dengan latar belakang yang berbeda.

Selain itu, pemandu wisata juga menunjukkan gaya komunikasi yang fleksibel, dengan menyesuaikan gaya komunikasinya sesuai dengan karakteristik penumpang, misalnya lebih santai saat berdiskusi dengan anak-anak, atau lebih formal saat berbicara dengan orang tua, mahasiswa serta kalangan profesional, membantu membangun hubungan yang baik dengan berbagai kalangan penumpang. Sedangkan jika mendapat wisatawan asing, para pemandu wisata harus lebih menyesuaikan dan mengurangi candaan yang diberikan serta lebih banyak menyampaikan sejarah. Adapun SOP bagi pemandu wisata BANDROS yaitu tetap menggunakan bahasa Indonesia siapapun itu wisatawanannya. Terkecuali jika BANDROS telah dilakukan reservasi penuh oleh orang asing, maka akan disiapkan pemandu khusus yang akan menggunakan bahasa asing.

Terdapat beberapa hambatan yang dialami oleh para pemandu wisata, diantaranya yaitu bahasa, budaya dan karakter dari wisatawan. Karena, setiap wisatawan yang menaiki BANDROS mempunyai latar belakang yang berbeda, sehingga para pemandu wisata perlu melakukan penyesuaian. Cara para pemandu mengatasi hambatan yang dialaminya yaitu melatih diri dengan cara beradaptasi dalam lingkungan atau suasana yang berbeda. Para pemandu wisata kebanyakan menerima umpan balik yang positif dibandingkan yang negatif dari para wisatawan, seperti umpan balik berupa pujian dan uang tip sebagai bentuk apresiasi bahwa wisatawan merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

HPI melakukan evaluasi rutin setiap satu bulan sekali untuk mengevaluasi kinerja yang dirasa kurang dari setiap pemandu wisata, seperti jika adanya komplain dari penumpang, maka akan dibahas dalam evaluasi tersebut serta diberikan penyelesaiannya secara bersama. Selain itu, terdapat juga evaluasi yang dilakukan setiap enam bulan sekali, yaitu dengan diberikannya arahan terkait kode etik dan pengetahuan kepemanduan. Adapun evaluasi dari Dinas Perhubungan yaitu terkait lapangan dan beberapa teori tambahan lainnya. Para pemandu wisata juga harus mengikuti LSP (Lembaga Sertifikasi Profesi) agar mempunyai lisensi yang akan berpengaruh ke *guide fee*. Semakin lisensinya bagus maka *fee* yang didapatkan semakin tinggi. Adapun saran yang diberikan oleh para pemandu wisata BANDROS untuk meningkatkan kemampuan komunikasi para pemandu wisata lainnya yaitu dengan terus melatih diri dan beradaptasi.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Pemandu wisata Bandung *Tour On Bus* (BANDROS) menggunakan berbagai gaya komunikasi dalam memperkenalkan Kota Bandung kepada wisatawan. Gaya komunikasi yang diterapkan meliputi gaya informatif, komunikatif, menarik, persuasif, dan fleksibel. Gaya komunikasi informatif terlihat dari penyampaian informasi yang jelas dan terstruktur mengenai objek-objek wisata, sejarah, serta hal-hal menarik di Kota Bandung. Gaya komunikasi komunikatif ditunjukkan dengan interaksi aktif bersama penumpang, diskusi, dan bahasa yang mudah dipahami. Gaya komunikasi menarik diaplikasikan melalui penyampaian informasi dengan intonasi, gestur, dan cerita-cerita unik yang menghibur.

Selain itu, gaya komunikasi persuasif digunakan untuk membujuk dan mempengaruhi penumpang agar tertarik mengunjungi tempat-tempat wisata yang direkomendasikan. Pemandu wisata juga menerapkan gaya komunikasi yang fleksibel dengan menyesuaikan karakteristik penumpang, seperti lebih santai saat berdiskusi dengan anak-anak atau lebih formal saat berbicara dengan orang tua, mahasiswa, dan kalangan profesional.

Untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, para pemandu wisata BANDROS menerima pelatihan dan evaluasi rutin dari Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) dan Dinas Perhubungan. Evaluasi dilakukan setiap satu bulan dan enam bulan sekali untuk menilai kinerja pemandu wisata yaitu dengan diberikannya arahan terkait kode etik dan pengetahuan kependamuan. Adapun evaluasi dari Dinas Perhubungan yaitu terkait lapangan dan beberapa teori tambahan lainnya. Selain itu, para pemandu wisata juga diharuskan mengikuti Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) untuk memperoleh lisensi sebagai pemandu wisata. Secara keseluruhan, gaya komunikasi pemandu wisata BANDROS yang menggabungkan unsur informatif, komunikatif, menarik, persuasif, dan fleksibel berperan penting dalam memperkenalkan Kota Bandung secara efektif dan menarik bagi wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ap, J., & Wong, K. K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism management*, 22(5), 551-563.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2019). Retrieved July 6, 2024, from Bps.go.id website: <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/16/622/1/perkiraan-jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-kota-bandung-berdasarkan-pintu-masuk-kota-bandung.html>
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Fatimah Salma, E. K. (2019). Gaya Komunikasi Pengemudi Go-Ride Dengan Pelanggan Dalam Memberikan Layanan Jasa Transportasi Di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 7, Nomor 4, 2019: 103-113.
- Ginanjar, A. (2017). *Gaya Komunikasi Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Holloway, J. C. (2006). *The Business of Tourism (7th ed.)*. Harlow, England: Pearson Education
- Hybels, S., & Weaver II, R. L. (2014). *Communicating Effectively*. New York: McGraw-Hill Education.
- Jay, A. F. (2016). *Gaya Komunikasi Tour Guide dan Kepuasan Pengguna Bus Werkudara di Kota Surakarta Tahun 2016*.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York: The Free Press.
- Kristiana, Y. S. (2018). *Kunci Sukses Pemandu Wisata*. Yogyakarta: Deepublish.

- Lubis, A. (2020). Peranan Komunikasi Pemandu Wisata dalam Mempromosikan Pariwisata Islami Di Kota Medan. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen*, 7(2).
- Maulida, Heidar Nisa. 2017. Gaya Komunikasi Kepala Stasiun Dalam Membangun Kinerja Karyawan Metro TV Jawa Timur. Digital Library (online): UIN Sunan Ampel Surabaya
- Moleong, Lexy. (2009). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Pikiran Rakyat. (2022). Pemandu Wisata Bandros, Gaya Komunikasi Kunci Layanan Prima.
- Puspita, D. A., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Komunikasi Verbal dan Nonverbal Pemandu Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Wisata Religi Makam Sunan Ampel Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(1), 68-77.
- Rahmawati, A. F. (2014). Pola Komunikasi Pemandu Wisata (Guide) Kampung Wisata Batik Kauman Surakarta. *Journal of Rural and Development*, 5(2).
- Rahmawati, K. (2023). Strategi Komunikasi Pemandu Wisata Trekking Sentul Dalam Melayani Wisatawan Di Desa Karang Tengah, Kabupaten Bogor. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 28(3), 299-311.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2008). *Human Communication: Principles and Contexts*. New York: McGraw-Hill.
- Widyaningrum, P. K. (2015). Pentingnya Komunikasi Pemandu Wisata dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 10(1), 43-54.