

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata adalah istilah bagi seorang wisatawan melakukan kegiatan perjalanan wisata, atau dengan kata lain pariwisata adalah kegiatan dan peristiwa yang berlangsung ketika seorang wisatawan melakukan perjalanan wisata (Sutrisno, 2008). Menurut Soekadijo (2000), pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan yang mendatangkan wisatawan. Menurut Meyers (2009), pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dari tempat asalnya ke daerah tujuan dalam waktu yang singkat, bukan untuk tinggal atau bekerja, tetapi hanya untuk memuaskan rasa ingin tahu, menghabiskan waktu luang atau berlibur dan keperluan lainnya.

Dalam Undang-Undang Kepariwisata No. 10 Tahun 2009 Bab I Ayat 3 pariwisata diartikan sebagai berbagai kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Dalam hal ini terlihat bahwa fasilitas dan layanan di atraksi wisata penting untuk mendukung kunjungan wisata. Menurut Yoeti (2013), pemandu adalah orang pertama yang dijumpai wisatawan saat akan memulai suatu kegiatan wisata dan menjadi pendamping wisatawan dalam kegiatan wisata tersebut. Pemandu sebuah museum adalah pemandu yang bersifat khusus karena memberikan informasi terkait sejarah dan koleksi yang ada di museum, atau sering disebut juga *local guide* (<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/>). Menurut Warokka (2018), ada beberapa macam pemandu antara lain: pemandu khusus dan umum, pemandu *inbound* dan *outbound*, pemandu domestik, *payroll guide*, *freelance guide*, pemandu grup, *individual tour guide*, dan *escort tour*, *city guide* dan *local*

*guide*. Menurut Warokka, pemandu lokal (*on-site guide*) adalah seseorang yang memimpin suatu tour di satu jam atau lebih pada suatu atraksi wisata, atau di suatu tempat khusus, seperti gedung bersejarah, pusat penelitian ilmiah, taman hiburan, pabrik, dan museum. Pemandu harus bisa menjawab pertanyaan dan mengetahui sejarah tempat pemandu bekerja, seperti museum, monumen, rekreasi. Pemandu harus memiliki lisensi tempat mereka bekerja dan dapat memahami karakteristik wisatawan. Pemandu di Museum Gedung Juang terdiri dari 8 pemandu yang sudah termasuk dengan pemandu berbahasa asing yaitu pemandu berbahasa Inggris dan berbahasa Jepang. Pelatihan pemanduan yang dilakukan dari Museum Gedung Juang dilakukan dari pihak dinas selama 1 tahun sekali dan lebih kepada evaluasi kerja dan untuk sertifikasi selama 3 tahun sekali.

Menurut Hansen & Mossberg, ini berarti panduan berfokus pada setiap individu dan individunya. Pemandu wisata dengan kinerja tinggi akan menciptakan *word of mouth* yang positif, juga mempengaruhi keinginan wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi. Weiler dan Yu menekankan tiga peran utama pemandu wisata yaitu : mediasi akses, pemahaman, dan perjumpaan, dengan mediasi pemahaman yang paling penting untuk pengalaman wisata. Peran penting dari kinerja pemandu wisata untuk layanan kualitas dan kepuasan wisatawan, niat khusus harus diberikan untuk meningkatkan kinerja pemandu wisata melalui pendidikan dan pelatihan.

Fasilitas dan layanan di sebuah atraksi wisata untuk mendukung kunjungan wisata salah satunya adalah seorang pemandu wisata, termasuk saat mengunjungi museum. Wisatawan yang mengunjungi sebuah atraksi wisata terdiri dari berbagai macam usia, gender, dan latar belakang, oleh karena itu dalam menyampaikan informasi pemandu wisata memerlukan teknik dan strategi khusus.

Pemandu harus memiliki strategi komunikasi untuk memastikan bahwa materi penjelasan yang disampaikan kepada wisatawan dapat disampaikan dengan tepat dan bermanfaat bagi wisatawan. Menurut Effendy (2011) Strategi Komunikasi adalah rencana efektif untuk menyampaikan pesan sedemikian rupa supaya dapat dengan mudah dipahami dan diterima apa yang sudah disampaikan, memungkinkan mereka untuk mengubah sikap atau perilaku seseorang. Sedangkan strategi komunikasi Menurut Hafied Cangara (2013), adalah pemilihan komunikator (menyampaikan pesan), menentukan target sasaran, menyusun pesan, dan pemilihan media.

Strategi komunikasi penting bagi pemandu karena pemandu menjadi jembatan penyalur pesan dari atraksi wisata dalam hal ini di museum, museum memiliki peran edukatif sehingga pengunjung yang datang dapat memahami apa yang disampaikan oleh pemandu. Hal tersebut tentunya didukung dengan tujuan strategi komunikasi menurut (Liliweri (2011:248) yang menyatakan bahwa strategi komunikasi memiliki 5 (lima) tujuan, yaitu memberikan informasi, memberikan motivasi, mengedukasi, menyebarluaskan informasi, dan mendukung dalam pengambilan suatu keputusan.

Museum merupakan salah satu karya budaya yang ada di Indonesia. Pada tahun 2020, menurut data Kementerian Pendidikan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek), terdapat 439 museum yang didirikan di Indonesia yang tersebar di 34 provinsi. Museum adalah gedung yang didalamnya berisi benda-benda yang dipamerkan dan memiliki nilai seni, sejarah, ilmu pengetahuan, dan sebagainya (*Advanced Dictionary*). Menurut (Coleman, 2012), Di Indonesia berdiri banyak Museum yang dibedakan melalui jenis dan koleksinya diantaranya terdapat museum Sejarah, akhir-akhir ini di dunia pariwisata dikenal dengan istilah wisata

budaya atau *heritage*. Banyak kota yang membranding kota mereka sebagai *heritage city* untuk meningkatkan daya tarik wisata mereka. Berbondong-bondong pula nama *heritage* digunakan sebagai nama hotel, rumah makan, dan komunitas. Namun pengertian *heritage* seringkali dipahami terlalu spesifik, yaitu semata-mata berwisata mengunjungi gedung atau bangunan kuno. Wisata *heritage* juga berarti sebuah perjalanan yang disusun sedemikian rupa untuk berkunjung ke tempat-tempat yang dinilai memiliki sejarah penting bagi sebuah daerah yang menjadi daya tarik wisata (Kartika et al., 2017).

Museum sejarah adalah museum yang memberikan pendidikan mengenai sejarah masa lalu dan sekarang, beberapa diantaranya melestarikan aspek konservasi tertentu yang berkaitan dengan sejarah lokal. Terdapat banyak kota besar dan kecil di Indonesia yang memiliki pengaruh kolonial pada bentang alam dan bangunannya yang berharga, terutama Museum Indonesia yang salah satunya terletak di Kabupaten Bekasi. Bekasi disebut Kota Patriot karena Bekasi menjadi saksi peristiwa sejarah sepanjang sejarahnya sejak zaman penjajahan Belanda dan Jepang. Kemudian, Bekasi terbentuk melalui proses pembangunan dari zaman penjajahan hingga kemerdekaan Republik Indonesia. Di Bekasi terdapat bangunan bersejarah bernama Landhuis Tamboen atau sekarang dikenal dengan Museum Gedung Juang.

Landhuis Tamboen atau sekarang Gedung Juang merupakan salah satu bangunan bersejarah pada zaman penjajahan Belanda. Museum Gedung Juang merupakan pusat sejarah Kabupaten Bekasi, benda-benda yang dipamerkan dikemas dengan format modern dan digital, serta merupakan destinasi wisata sejarah dan edukasi di Indonesia dengan konsep digital yang berfokus di Jl. Sultan Hasanuddin No. 39 Setiadarma, Kec. Tambun Selatan. Landhuis Tamboen

dibangun dalam dua tahap, tahap pembangunan pertama berlangsung di tahun 1906 dan selesai di tahun 1910. Ketika pembangunan tahap kedua berlangsung di tahun 1925, pemerintah Kabupaten Bekasi merevitalisasi Museum Gedung Juang dengan konsep digital, selesai pada tahun 2020, dan diresmikan pada tanggal 19 Maret 2021.

**TABEL 1**  
**JUMLAH WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE MUSEUM GEDUNG**  
**JUANG KABUPATEN BEKASI TAHUN 2021 – 2022**

2021		2022	
BULAN	JUMLAH PENGUNJUNG	BULAN	JUMLAH PENGUNJUNG
Januari	0	Januari	2.984
Februari	0	Februari	1.610
Maret	3.338	Maret	2.747
April	2.875	April	650
Mei	2.880	Mei	2.583
Juni	2.932	Juni	4.955
Juli	38	Juli	7.161
Agustus	80	Agustus	9.560
September	75	September	12.725
Oktober	266	Oktober	10.492
November	2.486	November	5.788
Desember	448	Desember	5.753
Jumlah	15.418	Jumlah	67.008

Sumber : Museum Gedung Juang Kabupaten Bekasi, 2023

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak Museum Gedung Juang, jumlah kunjungan wisatawan terbanyak ke Museum Gedung Juang pada tahun 2021 sebanyak 3.338 orang pada bulan Maret lalu, pada saat masa pandemi COVID-19 di tahun 2021 tercatat pada bulan Juli, Agustus, September, dan Oktober jumlah

kunjungan wisatawan ke Museum Gedung Juang mengalami penurunan dikarenakan adanya PPKM dan Museum tutup untuk sementara. Sedangkan jumlah kunjungan wisatawan terbanyak ke Museum Gedung Juang pada tahun 2022 sebanyak 12.725 orang pada bulan September lalu, dan tercatat pada bulan April sedikit wisatawan yang mengunjungi Museum Gedung Juang dikarenakan bulan Ramadhan.

Berdasarkan hasil observasi awal dan survey penulis saat mengunjungi Museum, tampilan dari Museum Gedung Juang secara garis besar dalam bentuk digitalisasi seperti adanya buku digital yang berisi tentang sejarah, kemudian terdapat sebuah ruang empat dimensi menampilkan cerita yang pernah terjadi pada masa penjajahan dan melibatkan Kabupaten Bekasi, serta banyak hal lain yang memiliki daya tarik tersendiri untuk dapat diketahui oleh masyarakat atau pengunjung. Pengunjung atau wisatawan yang berkunjung ke Museum kebanyakan dari Sekolah Dasar (SD), dan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Wisatawan yang berkunjung ke Museum Gedung Juang akan mengetahui hal-hal yang terkait dengan sejarah kemerdekaan yang melibatkan kabupaten Bekasi serta berbagai hal menarik lain yang merupakan ciri dari kabupaten Bekasi sendiri. Oleh karena itu, tidak terlepas dari strategi komunikasi yang digunakan oleh pemandu kepada wisatawan yang berkunjung ke Museum Gedung Juang agar dapat dipastikan bahwa materi interpretasi atau pemanduan disampaikan kepada wisatawan yang berkunjung dapat tersalurkan secara tepat dan bermanfaat. Dalam memandu di Museum, pemandu juga menyadari bahwa pentingnya menggunakan sebuah strategi komunikasi yang dirasa cocok untuk wisatawan yang berkunjung yaitu untuk kalangan wisatawan Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara singkat dengan wisatawan

yang mengunjungi Museum Gedung Juang, wisatawan yang berkunjung berkata bahwa pemandu museum perlu memperhatikan komunikasi yang digunakan baik untuk wisatawan Sekolah Dasar (SD) maupun Sekolah Menengah Atas (SMP), atau wisatawan umum dan wisatawan asing yang berkunjung ke Museum agar pemanduan yang disampaikan kepada wisatawan yang berkunjung dapat tersalurkan secara tepat, dimengerti, dan bermanfaat dikarenakan di Museum Gedung Juang sendiri juga memiliki hal yang harus diperhatikan yaitu, alat pemanduan yang ada di museum berupa benda-benda digital yang terdapat penjelasan mengenai sejarah sedang rusak dan tidak dapat ditampilkan kepada wisatawan yang datang.

Berdasarkan uraian di atas mengenai strategi komunikasi pemandu bagi wisatawan yang berkunjung, untuk membantu memberikan wawasan baru untuk pemandu di museum dalam memandu wisatawan yang tidak paham dengan apa yang dijelaskan oleh pemandu di museum agar kedepannya wisatawan bisa menerima materi interpretasi atau pemanduan yang disampaikan oleh pemandu dengan lebih baik. Maka untuk meneliti lebih lanjut, peneliti mengangkat penelitian dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMANDU BAGI WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE MUSEUM GEDUNG JUANG KABUPATEN BEKASI”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini memfokuskan pada “Strategi Komunikasi yang digunakan oleh Pemandu Museum di Museum Gedung Juang Kabupaten Bekasi” dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana peran seorang pemandu dan strategi apa yang digunakan dalam melakukan pemanduan di Museum Gedung Juang?
2. Bagaimana pemandu mengetahui karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Museum Gedung Juang?
3. Bagaimana cara pemandu menyampaikan pesan kepada wisatawan yang berkunjung ke Museum Gedung Juang terutama kepada wisatawan dengan berbagai kalangan?
4. Bagaimana media yang digunakan pemandu dalam menyampaikan informasi kepada wisatawan yang berkunjung ke Museum Gedung Juang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dibagi menjadi dua tujuan, yaitu :

#### a. Tujuan Formal

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan oleh penulis untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Diploma IV program studi Usaha Perjalanan Wisata jurusan Perjalanan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

#### b. Tujuan Operasional

Penelitian ini memiliki tujuan operasional yang bertujuan untuk melihat dan mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh pemandu di Museum Gedung Juang bagi wisatawan yang berkunjung ke Museum.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari melakukan penelitian ini diantaranya :

#### a. Manfaat Teoritis

Untuk ilmu strategi komunikasi, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi ilmu strategi komunikasi, bagi pengembangan ilmu strategi



komunikasi dan juga bagi penelitian lain yang berkaitan dengan strategi komunikasi.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Museum Gedung Juang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada pihak Museum Gedung Juang terutama dalam meningkatkan kualitas strategi komunikasi pemandu di Museum.

2. Pemandu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, perkembangan, serta manfaat bagi kemajuan pemandu di Museum dalam menyampaikan interpretasi kepada wisatawan yang berkunjung ke Museum.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengalaman tersendiri bagi penulis dalam melihat strategi komunikasi yang digunakan oleh pemandu di Museum, serta diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan dan pola pikir penulis menjadi lebih logis dan juga sistematis.