

KUALITAS *STORYTELLING WALKING TOUR* BANDUNG GOOD GUIDE

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi
pada Program Diploma IV Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh:

AGYA HURIYAH

NIM: 2021307002

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN PERJALANAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

KUALITAS *STORYTELLING WALKING TOUR* BANDUNG GOOD GUIDE

NAMA : AGYA HURIYAH
NIM : 2021307002
PROGRAM STUDI : USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN : PERJALANAN

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



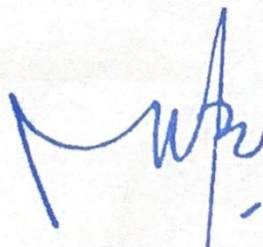
Faisal Fahdian Puksi, S.Hum., M.Sc., M.Hum
19850419 2009121002



Dra. Cucu Kurniati, MM.Par., CHE
19660317 1993032001

Bandung, 20 Juni 2025

Mengetahui,
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

KUALITAS *STORYTELLING WALKING TOUR* BANDUNG GOOD GUIDE

NAMA : AGYA HURIYAH

NIM : 2021307002

PROGRAM STUDI: USAHA PERJALANAN WISATA

Pembimbing Utama



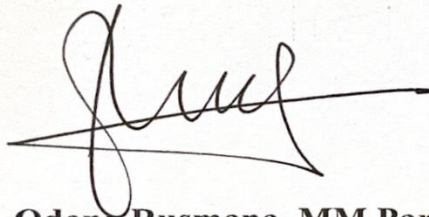
Faisal Fahdian Puksi, S.Hum., M.Sc., M.Hum
19850419 2009121002

Pembimbing Pendamping



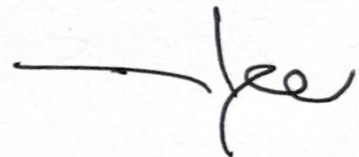
Dra. Cucu Kurniati, MM.Par., CHE
19660317 1993032001

Penguji I



Drs. Odang Rusmana, MM.Par
NIP 19630419 199703 1 002

Penguji II

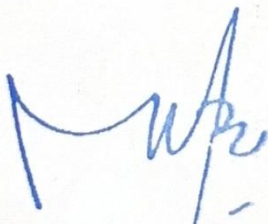


Misran, Lc., M.A., M.Sc
NIP. 19791224 200902 1 001

Bandung, 05 Agustus 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan
dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 200212 1 001

HALAMAN MOTTO

Wahai orang-orang beriman, mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan solat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar.
(QS Al-Baqarah ayat 153)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Proyek Akhir ini saya persembahkan untuk:

Allah SWT

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat, kekuatan, dan kelancaran yang telah diberikan hingga penulisan Proyek Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Terima kasih atas pertolongan-Mu yang selalu menyertai setiap langkah hamba hingga mencapai tahap ini.

Ibu, bapak, kedua adik saya dan seluruh keluarga ibu

Terima kasih atas segala dukungan, kekuatan, dan doa yang tak pernah putus selama saya menjalani masa studi di Poltekpar NHI Bandung. Doa dan semangat yang diberikan menjadi kekuatan besar hingga saya dapat sampai pada tahap ini.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Agya Huriyah
Tempat/Tanggal Lahir : Mojokerto, 29 Agustus 2003
NIM : 2021307002
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
“KUALITAS *STORYTELLING WALKING TOUR* BANDUNG GOOD GUIDE”
ini merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan diatas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 25 Juli 2025



Agya Huriyah
NIM: 2021307002

ABSTRAK

Storytelling dalam pariwisata adalah penyampaian narasi yang tidak hanya informatif secara historis atau budaya, tetapi juga menyentuh emosi, memperluas wawasan, dan meningkatkan kepuasan wisatawan. *Storytelling* dalam program *walking tour* Bandung Good Guide (BGG) berdasarkan evaluasi wisatawan dan dalam praktiknya masih membutuhkan evaluasi lebih lanjut untuk menilai keberhasilan tiap dimensi dalam menyampaikan cerita. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi implementasi *storytelling* dalam program *walking tour* Bandung Good Guide (BGG) berdasarkan enam dimensi yaitu edukasi, deskripsi, tokoh lokal, emosi, properti menarik, dan kemudahan pemahaman. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk Google Form kepada 300 peserta *walking tour* yang diselenggarakan Bandung Good Guide (BGG). Kuesioner dibuat menggunakan skala Likert 1-5. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi edukasi mendapatkan nilai tertinggi yaitu 4,16. Dimensi deskripsi dengan mendapatkan nilai 4,12. Dimensi keunikan memperoleh nilai 3,86. Dimensi emosi memperoleh nilai 3,64. Dimensi properti yang menarik memperoleh nilai 4. Dimensi kemudahan pemahaman memperoleh nilai terendah yaitu 3,62. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh kualitas dimensi *storytelling* mendapatkan penilaian baik dari responden namun terdapat dimensi *storytelling* dengan masing-masing indikatornya yang memiliki nilai cukup rendah dibandingkan dengan nilai masing-masing indikator dengan nilai tertinggi di setiap dimensi. Oleh karena itu, penulis merekomendasikan penambahan segmen cerita tersembunyi untuk meningkatkan keunikan, serta penggunaan penutup narasi yang menyentuh dan media visual sederhana untuk memperjelas pesan moral untuk meningkatkan kemudahan pemahaman dalam *storytelling*.

Kata kunci: *storytelling*, *walking tour*, pemandu wisata Bandung Good Guide.

ABSTRACT

Storytelling in tourism is the delivery of narratives that are not only informative in a historical or cultural sense but also emotionally engaging, broadening perspectives, and enhancing tourist satisfaction. Storytelling in the Bandung Good Guide (BGG) walking tour program, based on participant evaluations, still requires further assessment to determine the effectiveness of each storytelling dimension. This study aims to evaluate the implementation of storytelling in the Bandung Good Guide (BGG) walking tour program based on six dimensions: education, description, local characters, emotion, engaging props, and ease of understanding. Using a descriptive quantitative approach, data were collected through a Google Form questionnaire distributed to 300 participants of the walking tour organized by Bandung Good Guide (BGG). The questionnaire employed a 1–5 Likert scale. The results show that the education dimension received the highest score of 4.16, followed by description at 4.12, uniqueness at 3.86, emotion at 3.64, engaging props at 4.00, and ease of understanding with the lowest score of 3.62. These findings indicate that all storytelling dimensions were rated positively by respondents; however, some indicators within each dimension received relatively lower scores compared to the highest-scoring indicators. Therefore, the researcher recommends adding hidden story segments to enhance uniqueness, as well as incorporating emotionally impactful narrative closures and simple visual media to improve clarity and ease of understanding in storytelling.

Keywords: *storytelling, walking tour, tour guide, Bandung Good Guide*

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan karunia-nya penulis dapat menyusun proyek akhir yang berjudul *Kualitas Storytelling Walking tour Bandung Good Guide*. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada segala pihak yang terlibat dalam penyusunan penelitian ini, dan telah berkenan untuk memberikan dukungan dalam bentuk data, ide, dan lain sebagainya. Secara spesifik, penulis berterima kasih kepada:

1. Dr. Anwari Masatip, S.Sos., MM.Par., CEE. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., MM.Par., CHE. selaku Ketua Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama.
3. Bapak Marsianus Raga, MM. Par. selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Faisal Fahdian Puksi, S.Hum., M.Sc., CHE. selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata dan selaku Pembimbing Utama.
5. Ibu Dra. Cucu Kurniati, MM.Par., CHE. selaku Pembimbing Pendamping;
6. Seluruh dosen, tenaga pengajar, dan staff Pendidikan Poltekpar NHI Bandung khususnya prodi Usaha Perjalanan Wisata.
7. Kakak Fitri dan Kakak Iki sebagai Pengurus Utama Bandung Good Guide.
8. Seluruh keluarga Bandung Good Guide khususnya Guide Bandung Good Guide.
9. Orang tua dan keluarga besar saya.
10. Penghuni Kost Abu Lorong balkon dan teman-teman Prodi Usaha Perjalanan Wisata.

Penulis menyadari bahwa masih banyak ketidaksempurnaan dalam penulisan penelitian ini. Maka dari itu, peneliti terbuka akan saran serta nasihat sebagai penyempurnaan agar bermanfaat bagi segala pihak.

Bandung, 17 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Pembatasan Masalah.....	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Kajian Teori	12
B. Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan Penelitian	31
B. Objek Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampling.....	34
D. Metode Pengumpulan Data.....	36
E. Definisi Operasional Variabel	38
F. Analisis Data.....	42
G. Jadwal Penelitian	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Hasil Penelitian	49
B. Pembahasan	69
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDAS.....	100
A. Simpulan	100
B. Rekomendasi.....	103

DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	120

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1. DATA JUMLAH WISATAWAN <i>WALKING TOUR</i> BANDUNG GOOD GUIDE TAHUN 2024	5
2. RUTE <i>WALKING TOUR</i> BANDUNG GOOD GUIDE.....	6
3. DAFTAR RUTE <i>WALKING TOUR</i> BANDUNG GOOD GUIDE SELAMA PENGUMPULAN DATA	33
4. DAFTAR GUIDE <i>WALKING TOUR</i> BANDUNG GOOD GUIDE	34
5. SKALA LIKERT PADA KUESIONER.....	38
6. MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL	41
7. HASIL UJI VALIDITAS	46
8. JADWAL PENELITIAN.....	47
9. PENILAIAN RESPONDEN PADA DIMENSI EDUKASI	57
10. PENILAIAN RESPONDEN PADA DIMENSI DESKRIPSI.....	59
11. PENILAIAN RESPONDEN PADA DIMENSI KEUNIKAN	61
12. PENILAIAN RESPONDEN PADA DIMENSI EMOSI	63
13. PENILAIAN RESPONDEN PADA DIMENSI PROPERTI YANG MENARIK.....	65
14. PENILAIAN RESPONDEN PADA DIMENSI KEMUDAHAN PEMAHAMAN	67
15. FREKUENSI PEMBOBOTAN NILAI DIMENSI EDUKASI	70
16. FREKUENSI PEMBOBOTAN NILAI DIMENSI DESKRIPSI.....	75
17. FREKUENSI PEMBOBOTAN NILAI DIMENSI KEUNIKAN	80
18. FREKUENSI PEMBOBOTAN NILAI DIMENSI EMOSI.....	85
19. FREKUENSI PEMBOBOTAN NILAI DIMENSI PROPERTI YANG MENARIK.....	90
20. FREKUENSI PEMBOBOTAN NILAI DIMENSI KEMUDAHAN PEMAHAMAN	94

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1. KERANGKA PEMIKIRAN	30
2. LOGO PERUSAHAAN BANDUNG GOOD GUIDE.....	32
3. GARIS KONTINUM.....	44
4. JENIS KELAMIN RESPONDEN	49
5. USIA RESPONDEN	50
6. DOMISILI RESPONDEN	51
7. PENDIDIKAN TERAKHIR RESPONDEN	52
8. PEKERJAAN RESPONDEN	53
9. JUMLAH RUTE YANG TELAH DIKUTI RESPONDEN	54
10. RUTE <i>WALKING TOUR</i> YANG DIKUTI RESPONDEN PADA SAAT PENGAMBILAN DATA	55
11. GARIS KONTINUM PENILAIAN DIMENSI EDUKASI.....	72
12. GARIS KONTINUM PENILAIAN DIMENSI DESKRIPSI.....	77
13. GARIS KONTINUM PENILAIAN DIMENSI KEUNIKAN.....	82
14. GARIS KONTINUM PENILAIAN DIMENSI EMOSI	86
15. GARIS KONTINUM PENILAIAN DIMENSI PROPERTI YANG MENARIK.....	91
16. GARIS KONTINUM PENILAIAN DIMENSI KEMUDAHAN PEMAHAMAN	95

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	Halaman
1. IZIN LOKUS PENELITIAN	120
2. KETERANGAN SELESAI PENELITIAN	121
3. REKAPITULASI DAFTAR BIMBINGAN	122
4. HASIL UJI VALIDITAS	123
5. HASIL UJI RELIABILITAS.....	124
6. HASIL CEK TURNITIN	125
7. REKOMDASI DALAM BENTUK BOOKLET	126
8. KUESIONER	127
9. KUTIPAN <i>STORYTELLING</i> BANDUNG GOOD GUIDE.....	132
10. BIOGRAFI PENULIS	120

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Sari, M. E. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bassano, C., Marelli, A., & Manente, M. (2019). *Storytelling about places: Tourism marketing in the digital age*. *Journal of Destination Marketing & Management*.
- Bessiere, J., & Ahn, Y.-J. (2021). Components of DMZ *storytelling* for international tourists: A tour guide perspective. *Sustainability*, 13(24), 13725.
- Bunghez, C. L. (2021). *The emerging trend of niche tourism: Impact analysis*. Ibima Business Review.
- Camilleri, M. A. (2017). *The tourism industry: An overview*. In M. A. Camilleri (Ed.), *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*. Springer Nature.
- Chauhan, E., & Anand, S. (2023). *Guided heritage walks as a tool for inclusive heritage education: Case study of New Delhi*. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Sage Publications, Inc.
- Dionisio, M., & Nisi, V. (2021). *Leveraging transmedia storytelling to engage tourists in the understanding of the destination's local heritage*. *Multimedia Tools and Applications*, 80(26–27), 34813–34841.
- Gao, J., Zhang, C., & Liu, L. (2020). *Communicating the outstanding universal value of World Heritage in China? The tour guides' perspective*. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*. Semarang: Undip.
- Guillén, M. D. V., & Dela Santa, E. (2025). *Walking tours: A tool for advocacy and neighborhood recreation and tourism appreciation*. *Asian Transport Studies*, 11.

- Güzel, F., Nacak, E., Bilgi, E., & Kalın, V. (2020). *Sustainable tourism and the roles of tour guides in destinations: A qualitative case study in Turkey*. Journal of Economy, Culture and Society.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bantul: Trussmedia Grafika.
- Hardani, et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Grup.
- Jo, M., Cha, J., & Kim, J. (2022). *The effects of tourism storytelling on tourism destination brand value, lovemarks and relationship strength in South Korea*. Sustainability, 14(24).
- Jóhannesson, G. T., & Lund, K. A. (2017). *Aurora borealis: Choreographies of darkness and light*. Annals of Tourism Research.
- Kalyoncu, M., & Yükses, G. (2020). *Tour guides as sustainable cultural heritage tourism interpreters: The case of the Odunpazari historical urban site*. In Heritage Tourism Beyond Borders and Civilizations.
- Kurniawati, Emilia., dan Rindrayani, Sulastri Rini. *Pendekatan Kuantitatif dengan Penelitian Survei: Studi Kasus dan Implikasinya*. Sosial: Jurnal Ilmiah Pendidikan.
- Lumanauw, A. (2020). *Pengantar Usaha Perjalanan Wisata*. Jakarta: Prenada Media.
- Machali, Imam. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. (2020). *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press.
- Mat Tahir, S. Z., Omar, H., & Abdul Razak, N. (2025). *Navigating heritage: The dynamic roles of tour guides in Kuala Lumpur's heritage walking tours*. Geo Journal of Tourism and Geosites.
- Moin, S. M. A., Hosany, S., & O'Brien, J. (2020). *Storytelling in destination brands' promotional videos*. Tourism Management Perspectives.
- Mura, P., & Sharif, S. P. (2017). *Narrative analysis in tourism: A critical review*. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism.

- Nilsson, J. H., & Zillinger, M. (2020). *Free guided tours: Storytelling as a means of glocalizing urban places*. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(3), 286–301.
- Nursalam. (2016). *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Pasaribu, A. W., Ginting, J. A., & Andriani, N. N. (2022). *Tourism Storytelling, Dampaknya Terhadap Niat Perilaku Wisata Di Kawasan Danau Toba Kabupaten Samosir, Sumatera Utara*. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*.
- Rahman, A., Sari, N. M. W., Fitriani, F., Sugiarto, M., Sattar, S., Abidin, Z., & Irwanto, I. (2022). *Metode penelitian ilmu sosial*. Widina Media Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sullivan, G. M., & Artino, A. R. (2013). *Analyzing and interpreting data from Likert-type scales*. *Journal of Graduate Medical Education*.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: CAPS.
- Sushchenko, O. A., & Akhmedova, O. O. (2020). *Organization of Tour Guiding*. Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2012). *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Sunyoto, D. (2012). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Voshage, I., & Gamerith, W. (2024). *Postcolonial city walks in Germany at the nexus of activism, education, and tourism*. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*.
- World Tourism Organization. (2019). *Walking tourism – Promoting Regional Development*. UNWTO.
- Wulandari, R. (2016). *Historical and heritage walk as an alternative tourism activity to enhance heritage promotion and public awareness: A case study of Bandung*. In *Heritage, Culture and Society*.
- Yang, Y.-K. (2018). *A study on the correlations among tourism storytelling, perception of touristic attractiveness and behavioral intention for Baekje Historic Areas*. *International Journal on Pure and Applied Mathematics*, 118(24).

- Zátori, A. (2016). *Exploring the value co-creation process on guided tours (the AIM-model) and the experience-centric management approach*. International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research.
- Zhou, J., Xiang, K., Cheng, Q., & Yang, C. (2021). *Psychological and behavioural consistency value seeking of tourists in niche tourism: Nostalgia, authenticity perception, and satisfaction*. Psychology Research and Behavior Management, 14, 1111–1125.