

**STRATEGI KOMUNIKASI *TOUR GUIDE* BAGI  
WISATAWAN MILENIAL PESERTA KEGIATAN  
*HISTORICAL TOUR JAKARTA GOOD GUIDE***

**PROYEK AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam  
menyelesaikan Program Diploma IV  
Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan  
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



**Disusun oleh :  
JESIKA VANIA MANAGAM  
201621211**

**PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN PENGATURAN PERJALANAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG  
2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI TOUR GUIDE BAGI WISATAWAN  
MILENIAL PESERTA KEGIATAN *HISTORICAL TOUR*  
JAKARTA *GOOD GUIDE***

**NAMA** : Jesika Vania Managam  
**NIM** : 201621211  
**PROGRAM STUDI** : Manajemen Pengaturan Perjalanan

Pembimbing I,



**Faisal Fahdian Puksi, M.Sc., M.Hum.**  
**CHE**

NIP: 19850419 200912 1 002

Pembimbing II,



**Nuraeni Handayani, S.S., M.Pd.**  
**CHE**

NIP: 19811203 200502 2 001

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan,

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos, M.Sc**

NIP. 19710506 199803 1001

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung



**Faisal, MM.Par.,CHE**

NIP. 19730706 199503 1 001

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Jesika Vania Managam  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 29 Juni 1998  
NIM : 201621211  
Program Studi : Manajemen Pengaturan Perjalanan  
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: **“Strategi Komunikasi Tour guide Bagi Wisatawan Milenial Peserta Kegiatan Historical Tour Jakarta Good Guide”** ini adalah 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 STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi 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 Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, 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 Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 09 September 2020

Yang membuat pernyataan,



**Jesika Vania Managam**  
**NIM 201621211**

## HALAMAN MOTTO

“Seribu orang akan rebah di sisimu, dan sepuluh ribu di kananmu, tetapi itu takkan mendekatimu.”

-Mazmur 91:7-

“ト～みんなの夢が叶いますように。”

*(May everyone's dreams come true)*

-Watanabe Mayu-

“Usaha keras itu tak akan mengkhianati”

-Shonici (AKB48/JKT48)-

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan gembira dan penuh rasa syukur, terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas penyertaan dan kekuatan yang mengiringi langkah penulis dalam menyelesaikan Proyek Akhir ini. *God is Good, Praise The Lord*. Juga tidak lupa saya persembahkan Proyek Akhir ini kepada :

**Jesika Vania Managam**

Atas kerja keras dan usaha pantang menyerah dalam menyusun Proyek Akhir ini.

**Keluarga**

Bagi kedua orang tua, kakak dan adik yang selalu mendukung dan mendoakan selama menyusun Proyek Akhir ini.

**Para sahabat Santo Yoseph Squad dan MPP Squad**

Yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah saya selama proses menyusun Proyek Akhir ini. *See you on top, brother and sister. I love you.*

**48 Group**

Terima kasih atas lagu-lagu yang sangat indah dan memberikan semangat. Saya akan *graduate* secepatnya.

**Seluruh *Tour guide* Indonesia**

Karya yang saya berikan ini adalah bentuk terima kasih dan dukungan saya kepada para garda terdepan pariwisata di Indonesia untuk menyambut era pariwisata berbasis digital.

## ABSTRAK

Jumlah kunjungan wisata di DKI Jakarta pada tahun 2019 mencapai 20.165.000 (Tribunjakarta.com, 2019). 70% wisatawan tersebut didominasi oleh wisatawan milenial. Namun, tingginya angka tersebut berbanding terbalik dengan rendahnya minat kunjungan wisatawan ke Museum sebagai salah satu situs sejarah. *Jakarta Good Guide* merupakan sebuah komunitas yang menawarkan jasa walking tour di kota Jakarta ke tempat-tempat yang memiliki daya tarik wisata termasuk wisata sejarah menggunakan strategi komunikasi yang tepat untuk wisatawan milenial. Partisipan dalam penelitian ini adalah *founder* dan *tour guide Jakarta Good Guide*, wisatawan milenial yang menjadi peserta kegiatan tur *Jakarta Good Guide*, dan Himpunan Pramuwisata Indonesia. Metode penulisan yang digunakan penulis adalah kualitatif deksriptif dengan menggunakan pengumpulan data berupa pedoman wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi dari lokasi penulisan. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara dan analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tour guide Jakarta Good Guide* menggunakan bahasa dan *gesture* yang sesuai dengan karakter milenial dalam kegiatan tur, *tour guide* mampu menjadi story teller yang baik dengan mengemas cerita sejarah menjadi menarik, *Jakarta Good Guide* juga aktif menggunakan sosial media seperti *Instagram* dan *Blog* mempromosikan kegiatan tur *Jakarta Good Guide* kepada generasi milenial. Kemudian kegiatan tur *Jakarta Good Guide* mampu meningkatkan rasa partisipasi wisatawan milenial mengikuti kegiatan *historical tour* dikarenakan dapat menambah wawasan mengenai sejarah kota Jakarta dengan metode komunikasi sesuai karakter wisatawan milenial.

**Kata kunci :** *strategi komunikasi , tour guide, wisatawan milenial, Jakarta Good Guide*

## ABSTRACT

*There were 20,165,000 tourists visit Jakarta in 2019 (Tribunjakarta.com,2019). 70% of the figure consists 'the millennials'. Oppositely, the high number is inversely proportional to the low interest of tourists visiting the Museum as one of the historical sites. Jakarta Good Guide is a community that offers walking tour services in the City of Jakarta. The services include showing around tourist attractions including historical tourism using the right communication strategies for millennial tourists. Participants in this study are the founder and tour guide of the Jakarta Good Guide, millennial tourists participating in the Jakarta Good Guide tour, and the Indonesian Tour Guide Association. The writing method that used by the writer is descriptive qualitative by using data collected in the form of interview guidelines, literature study, and documentation from the research location. Data collection tools that utilised in this study are interview guidelines and data analysis. The results showed that the Jakarta Good Guide tour guide uses language and gestures that match the millennial character in the tour activities. For instance, the tour guide can be a good storyteller by presenting historical stories to be more interesting. Jakarta Good Guide is also actively using social media such as Instagram and Blog to promote Jakarta Good Guide tour activities for the millennia. Then the Jakarta Good Guide tour activities can increase the sense of participation of millennial tourists following the historical tour activities. As it is able to engage the insight into the history of the city of Jakarta with the method of communication according to the character of millennial tourists*

**Keywords:** *communication strategy, tour guide, millennial tourists, Jakarta Good Guide*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya usulan penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis melakukan penelitian yang berjudul “**Strategi Komunikasi Tour guide Bagi Wisatawan Milenial Peserta Kegiatan Historical Tour Jakarta Good Guide**” sebagai syarat untuk memenuhi persyaratan akademik dalam penulisan Usulan Penelitian pada Progam Diploma IV pada Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Dalam melakukan penelitian ini, penulis hendak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan baik berupa masukan, bimbingan, dukungan dan doa yang diberikan secara langsung maupun tidak langsung selama melakukan penelitian ini. Secara khusus, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS., MM.Par., CHE. Selaku Ketua Jurusan Perjalanan.
3. Bapak Wisnu Prahadianto, SE., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan
4. Bapak Faisal Fahdian Puksi, M.Hum., M.Sc, CHE sebagai dosen pembimbing pertama atas bantuan dan bimbingannya dalam penulisan Usulan Penelitian
5. Ibu Nuraeni Handayani, S.S.,M.Pd. CHE sebagai dosen pembimbing kedua atas bantuan dan bimbingannya dalam penulisan Usulan Penelitian
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan atas ilmu, bimbingan, dan bantuannya.
7. Komunitas *Jakarta Good Guide* sudah bersedia untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.
8. Bapak Chanda Adwitiyo sebagai *founder Jakarta Good Guide* atas kesediaannya untuk menjadi narasumber penelitian ini.



9. Ibu Lelly Faizah selaku *tour guide Jakarta Good Guide* atas kesediaannya untuk menjadi narasumber penelitian ini.
10. Bapak Hans selaku *tour guide Jakarta Good Guide* atas kesediaannya untuk menjadi narasumber penelitian ini.
11. Bapak Okto perwakilan dari Himpunan Pramuwisata Indonesia yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
12. Ibu Sari dan Bapak Haryadi selaku mewakili wisatawan milenial atas kesediaannya untuk menyelesaikan penelitian ini.
13. Orang tua, saudara saudari yang terkasih, Frista Berta Juliana dan Josef Melkisedek Holong yang selalu mendoakan dan mendukung penulis selama melakukan penelitian ini.
14. Para sahabat MPP 2016 yang selalu memberikan support dan dukungan, juga doa untuk penulis selama melakukan penelitian ini.
15. Seluruh Mahasiswa/i dan alumni Manajemen Pengaturan Perjalanan yang sangat banyak membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.
16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Usulan Penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan masukan dalam menyempurnakan Usulan Penelitian ini. Penulis berharap, Usulan Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan penulis.

Bandung, ... Juli 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN MOTTO .....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori.....	7
1. Konsep Strategi Komunikasi.....	7
a. Komunikator.....	7
b. Pesan (Catatan).....	7
c. Penghubung (Media).....	8
d. Komunikan (Penerima).....	8
e. Hasil (Efek) .....	8
2. Konsep <i>Tour guide</i> .....	9
1. Profesi .....	9
b. Aktivitas tur dan Travel Agent .....	9
c. Grup/Individu .....	10
d. Tipe tur.....	10
3. Konsep Wisatawan <i>Milenial</i> .....	10
4. Konsep <i>Historical tour</i> .....	10
B. Kerangka Pemikiran .....	11
GAMBAR 1 .....	11

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Rancangan Penelitian.....	12
B. Partisipan dan Tempat Penelitian.....	12
1. Subjek.....	12
2. Tempat Penelitian.....	13
3. Pengumpulan Data.....	13
C. Alat Pengumpulan Data.....	14
1. Pedoman Wawancara.....	14
2. Analisis Data.....	15
D. Pengujian Keabsahan Data.....	15
E. Jadwal Penelitian.....	16

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	17
1. Komunikator dalam kegiatan <i>historical tour Jakarta Good Guide</i> ....	17
2. Pesan (Catatan) yang disampaikan oleh <i>tour guide Jakarta Good Guide</i> bagi wisatawan milenial.....	21
3. Penghubung (media) yang digunakan <i>Jakarta Good Guide</i> untuk membangun komunikasi dengan wisatawan milenial.....	26
4. Komunikan (Penerima) dalam kegiatan <i>historical tour Jakarta Good Guide</i> .....	27
5. Hasil (Efek) yang diberikan oleh <i>tour guide Jakarta Good Guide</i> bagi wisatawan milenial.....	31
B. Pembahasan.....	38
1. Komunikator.....	38
2. Pesan (catatan).....	40
3. Penghubung (Media).....	42
4. Komunikan (Penerima).....	43
5. Hasil (Efek).....	44

TABEL 2.....	47
--------------	----

### **BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

A. Simpulan.....	58
B. Rekomendasi.....	62
1. Komunikator dalam kegiatan <i>historical tour Jakarta Good Guide</i> ....	62

2. Pesan (Catatan).....	64
3. Penghubung (Media).....	65
4. Komunikasikan.....	66
5. Hasil (Efek).....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	70
LAMPIRAN 1.....	71
LAMPIRAN 2.....	74
LAMPIRAN 3.....	76
LAMPIRAN 4.....	83
LAMPIRAN 5.....	91
LAMPIRAN 6.....	97
LAMPIRAN 7.....	101
LAMPIRAN 8.....	108
LAMPIRAN 9.....	113
LAMPIRAN 10.....	117
LAMPIRAN 11.....	119

## DAFTAR TABEL

TABEL 1 JADWAL PENELITIAN .....	16
TABEL 2 HASIL PENELITIAN MENURUT DIMENSI & INDIKATOR.....	47

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 KERANGKA PEMIKIRAN .....	11
GAMBAR 2 <i>TOUR GUIDE</i> JAKARTA <i>GOOD GUIDE</i> .....	25
GAMBAR 3 KEGIATAN TUR.....	28
GAMBAR 4 CHINATOWN.....	28
GAMBAR 5 MUSEUM FATAHILLAH.....	31
GAMBAR 6 WISATAWAN MILENIAL.....	32
GAMBAR 7 WISATAWAN MANCANEGARA.....	38

## DAFTAR PUSTAKA

- Alo, Liliweri. 2011. *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana
- Cangara, H. (1998). *Pengantar Ilmu komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Carlson, E. (2008). *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom*. London: Springer.
- Carlson, E. (2008). *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom*. Springer: hlm. 29. ISBN 978-1-4020-8540-6.
- CWT. (2018). Millennials like to travel in groups. *MILLENNIALS: A NEW TREND FOR THE TOURISM INDUSTRY*, 113.
- Effendy, O. U. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gaspersz, V. (2005). *Total Quality Control*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Heung, V. (2008). Effects of *tour leader's service quality on agency's reputation and customers' word-of-mouth*. *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 305-315.
- Idrus, M. (2009). *Metode penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT. Gelora Akasara.
- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persabda Press.
- J.J, S. (1987). *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. In P. Kecskemeti (Ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge* (pp. 276-320). London: Routledge and Kegan Paul.
- Mancini, M. (2003). *Conducting Tours: A Practical Tour guide*. Cincinnati, Ohio,: South-Western Publishing Co., .
- Marquis-Kyle, P. &. (1996). *The Illustrated BURRA CHARTER. Making good decisions about the care of important places*. Australia: ICOMOS.
- Middleton, J. (2013). Approaches to communication planning. Dalam H. Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (hal. 61). Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Miles, B. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : PT.Remaja Rosda Karya.
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. . Bandung: Tarsito.
- Nurkencana, H. &. (2010). Dalam Suardeyasari, *Metode Penelitian Kualitatif*

- (hal. 9). Jakarta: PT. Gramedia.
- checkRezdy. (2018). Millennials: An In-depth Look into the Travel Segment. *MILLENNIALS: A NEW TREND FOR THE TOURISM INDUSTRY*, 112.
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknis Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Sastropetro, S. (1982). *Komunikasi Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sastropetro, S. R. (1991). *Pendapat Publik, Pendapat Umum dan Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Rafika Aditama.
- Stephen W. Littlejohn, K. A. (2010). *Theories of Human Communication: Tenth Edition*. Waveland Press, 2010.
- Schuchat, M. (1983) Comforts of group tours. *Annals of Tourism Research* 10, 465–77.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto. (2015). Dalam Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (hal. 192-194). Bandung: Pustaka Setia.
- Suwandi, B. &. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Vardiansyah, D. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi : Pendekatan Taksonomi Konseptual*. Jakarta.: Ghalia Indonesia.
- Femina. (2015, April 18). *Tim Majalah Femina*. Dipetik Januari Senin, 2020, dari Femina.co.id: <https://www.femina.co.id/article/gaya-generasi-millennial-berbelanja->
- Kartawijaya, H. (2018). Hermawan Kartawijaya: Wisatawan Millennial Ada Empat Kelompok. Tersedia : <https://travelounge.co/wisatawan-millennial-ada-empat-kelompok/>. Diakses 7 Agustus 2020.
- Ardiwidjaja, A. (2016). Perspektif Masyarakat Terhadap Museum. Tersedia : [www.academia.edu/4877338/Perspektif\\_Masyarakat\\_Terhadap\\_Museum](http://www.academia.edu/4877338/Perspektif_Masyarakat_Terhadap_Museum). Diakses 10 Juni 2020
- Pemprov DKI Jakarta Catat 20 Ribu Wisatawan Lokal dan 1,5 Mancanegara Kunjungi Ibu Kota Tahun 2019. Tersedia : <https://jakarta.tribunnews.com/2019/07/22/pemprov-dki-jakarta-catat-20-ribu-wisatawan-lokal-dan-15-mancanegara-kunjungi-ibu-kota-tahun2019>. Diakses 10 Juni 2020