

Peran Komunikasi Antarbudaya Tour Guide dalam Meningkatkan Pengalaman Wisatawan di Bali

Julita Mustika¹, Rama Buci Wiltar², Ratu Jelita³, Rizky Putry Nelsya⁴, Roxanne Tambunan⁵, Selvira Rani⁶, Hagi Julio Salas⁷

julitamustika02@gmail.com¹, ramabuciwiltar@gmail.com², ratujelitap@gmail.com³,
rizkyputrynelsya28@gmail.com⁴, roxannetambunan0@gmail.com⁵, selvirarani35@gmail.com⁶,
hagi.julio.salas@umko.ac.id⁷

¹²³⁴⁵⁶⁷Universitas Muhammadiyah Kotabumi, Indonesia

Korespondensi: ✉ julitamustika02@gmail.com

Abstrak

This research explores the role of intercultural communication performed by tour guides in enhancing tourist experiences in Bali. The study is grounded in the discipline of communication studies, particularly in the field of intercultural communication, where tour guides are positioned as cultural mediators who bridge interactions between tourists and local communities. The topic was selected because the effectiveness of communication between guides and tourists from diverse cultural backgrounds determines satisfaction, loyalty, and destination image. Using a descriptive qualitative method with field research, data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation involving certified tour guides and tourists. Guided by the Anxiety/Uncertainty Management Theory (Gudykunst, 1991) and Face Negotiation Theory (Ting-Toomey, 1999), the study examines how communication competence reduces uncertainty, manages cultural differences, and maintains mutual respect. The findings indicate that tour guides in Bali not only deliver information but also serve as storytellers and cultural interpreters who create meaningful and emotionally engaging experiences. They demonstrate cultural and religious sensitivity by adjusting narratives and behavior according to tourists' backgrounds, thus fostering inclusive and harmonious interactions. The research contributes theoretically by reaffirming the significance of intercultural communication in tourism contexts and practically by emphasizing the need for continuous training in language, empathy, and cultural adaptation. Ultimately, effective intercultural communication by tour guides enhances satisfaction and strengthens Bali's image as a welcoming and culturally rich international destination.

Status Artikel:

Diterima: 17-08-2025

Direvisi: 03-09-2025

Diterima: 24-09-2025

Kata Kunci:

Intercultural Communication; Tour Guide; Tourist Experience; Bali; Cultural Sensitivity



© 2025 Author's Name, Author's Name

This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya di Indonesia. Provinsi Bali dikenal luas sebagai ikon pariwisata internasional karena memiliki daya tarik yang sangat beragam, mulai dari keindahan alam, kekayaan budaya, hingga spiritualitas masyarakatnya. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali terus menunjukkan peningkatan setelah pandemi, meskipun diiringi pula oleh berbagai tantangan yang dihadapi industri pariwisata. Dalam konteks tersebut, pengalaman wisatawan menjadi faktor kunci yang menentukan kepuasan, loyalitas, dan citra destinasi wisata.

Salah satu aktor penting dalam membentuk pengalaman wisatawan adalah *tour guide*. *Tour guide* tidak hanya bertugas memberikan informasi terkait destinasi, tetapi juga berperan sebagai mediator antara wisatawan dengan masyarakat lokal, budaya, dan nilai-nilai yang melekat di dalamnya. Menurut Cohen (1985), *tour guide* adalah “*cultural broker*” yang berperan menjembatani wisatawan dengan budaya lokal sehingga tercipta pemahaman lintas budaya. Dengan demikian, kompetensi komunikasi yang dimiliki *tour guide* menjadi krusial dalam mendukung kelancaran interaksi antara wisatawan dan masyarakat. Mengingat bahwa wisatawan yang datang ke Bali berasal dari latar belakang budaya yang beragam, maka komunikasi antarbudaya menjadi salah satu keterampilan utama yang menentukan kualitas pelayanan *tour guide*.

Permasalahan yang sering muncul dalam praktik komunikasi antarbudaya di sektor pariwisata adalah adanya hambatan bahasa, perbedaan gaya komunikasi verbal dan nonverbal, hingga miskonsepsi terhadap nilai atau simbol budaya. Misalnya, wisatawan Barat cenderung menggunakan gaya komunikasi langsung (*direct communication*), sementara masyarakat Bali terbiasa dengan komunikasi yang lebih halus dan penuh dengan makna simbolis. Perbedaan semacam ini dapat memicu kesalahpahaman apabila tidak dikelola dengan baik. Dalam hal ini, *tour guide* berperan untuk menjembatani perbedaan komunikasi, sehingga wisatawan dapat memahami konteks budaya lokal dengan lebih baik dan terhindar dari konflik atau ketidaknyamanan. Gudykunst (2003) menekankan bahwa efektivitas komunikasi antarbudaya sangat ditentukan oleh kemampuan individu mengelola ketidakpastian dan kecemasan dalam interaksi lintas budaya.

Upaya untuk meningkatkan kualitas *tour guide* sebenarnya sudah dilakukan melalui berbagai program, seperti sertifikasi profesi, pelatihan bahasa asing, dan pembekalan pengetahuan destinasi (Dinas Pariwisata Bali, 2021). Namun, aspek komunikasi antarbudaya masih sering dianggap sebagai kompetensi tambahan, bukan kompetensi inti yang menentukan pengalaman wisatawan. Padahal, komunikasi dalam perspektif ilmu komunikasi tidak hanya dimaknai sebagai penyampaian pesan, tetapi juga sebagai proses membangun makna, pemahaman, dan hubungan sosial. Hall (1976) menyatakan bahwa budaya memengaruhi cara individu memahami dan menyampaikan pesan, sehingga komunikasi antarbudaya membutuhkan kepekaan terhadap konteks budaya tinggi (*high context*) maupun rendah (*low context*). Menurut Samovar, et al., (2017), komunikasi antarbudaya adalah proses berbagi makna di antara individu yang memiliki latar belakang budaya berbeda, di mana keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh sensitivitas budaya, empati, dan kemampuan adaptasi.

Penelitian ini hadir dalam ranah ilmu komunikasi, terutama komunikasi antarbudaya, dengan menekankan bagaimana kompetensi komunikasi tour guide dapat meningkatkan pengalaman wisatawan. Dengan perspektif komunikasi, penelitian ini tidak hanya melihat tour guide sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai komunikator yang mampu mengelola perbedaan budaya, menyelaraskan pesan, serta membangun hubungan positif dengan wisatawan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran komunikasi antarbudaya yang dilakukan *tour guide* dalam meningkatkan pengalaman wisatawan di Bali. Secara lebih spesifik, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk komunikasi antarbudaya yang digunakan tour guide, memahami tantangan komunikasi yang muncul dalam interaksi dengan wisatawan lintas budaya, serta menelaah kontribusi komunikasi antarbudaya terhadap kualitas pengalaman wisatawan. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkuat literatur di bidang komunikasi pariwisata sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan kompetensi komunikasi antarbudaya para tour guide di Bali.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi pengembangan industri pariwisata, tetapi juga penting bagi penguatan kajian ilmu komunikasi. Dalam konteks globalisasi yang semakin mempertemukan individu dari berbagai budaya, komunikasi antarbudaya menjadi aspek yang sangat vital. *Tour guide* di Bali merupakan representasi nyata dari bagaimana komunikasi antarbudaya dipraktikkan dalam dunia kerja, dan hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis maupun praktis dalam memahami hubungan antara komunikasi dan pengalaman wisatawan.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berusaha memahami makna dan dinamika komunikasi antarbudaya yang dilakukan oleh tour guide dalam interaksinya dengan wisatawan. Menurut Creswell (2018), penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena sosial dan budaya secara mendalam melalui perspektif partisipan.

Jenis penelitian ini adalah studi lapangan (*field research*), di mana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara. Fokusnya adalah menggali peran komunikasi antarbudaya tour guide di Bali dalam meningkatkan pengalaman wisatawan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari: (1) Data primer, diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tour guide yang aktif bekerja di Bali, serta dengan wisatawan yang pernah menggunakan jasa tour guide. (2) Data sekunder, berupa dokumen, laporan resmi Dinas Pariwisata Bali, artikel jurnal, buku, serta penelitian sebelumnya yang relevan dengan komunikasi antarbudaya dan pariwisata.

Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (*human instrument*) yang berperan dalam merancang, mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data. Selain itu, peneliti menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur, catatan lapangan, serta alat perekam audio untuk mendukung proses pengumpulan data.

Teknik Pengumpulan Data

- Wawancara mendalam (*in-depth interview*): dilakukan kepada salah satu tour guide bersertifikat dan dua wisatawan untuk memahami perspektif mereka mengenai interaksi antarbudaya.
- Observasi partisipan: peneliti melakukan observasi langsung terhadap interaksi tour guide dengan wisatawan selama proses pemanduan, baik komunikasi verbal maupun nonverbal.
- Dokumentasi: mengumpulkan data sekunder berupa artikel dan rekaman hasil wawancara.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (1994) yang meliputi tiga tahap:

- Reduksi data: memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengorganisasi data mentah yang diperoleh dari lapangan.
- Penyajian data: menyusun data dalam bentuk narasi, tabel, atau kutipan wawancara agar lebih mudah dipahami.
- Penarikan kesimpulan: melakukan interpretasi untuk menemukan makna peran komunikasi antarbudaya tour guide terhadap pengalaman wisatawan.

Teknik Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari tour guide, wisatawan, dan dokumen sekunder. Sementara itu, triangulasi metode dilakukan dengan mengombinasikan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Variabel/Parameter Penelitian

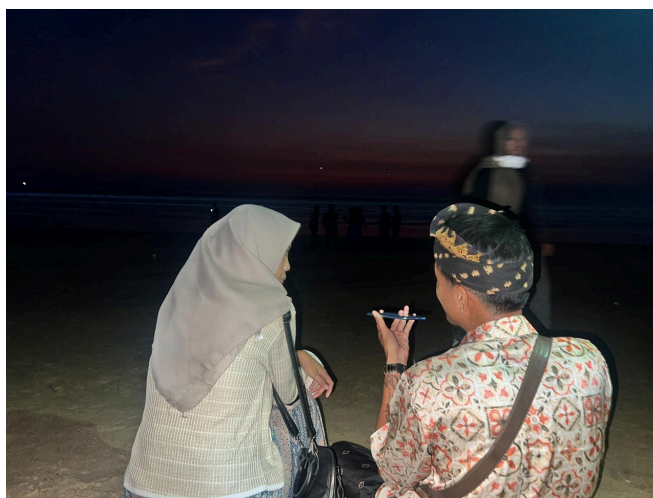
Meskipun penelitian ini bersifat kualitatif, terdapat parameter yang dijadikan fokus analisis, yaitu: Komunikasi antarbudaya *tour guide*, meliputi komunikasi verbal (bahasa, pilihan kata) dan nonverbal (gestur, ekspresi, simbol) serta pengalaman wisatawan, yang diukur dari aspek kognitif (pengetahuan), afektif (kepuasan emosional), dan konatif (niat untuk berkunjung kembali).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tour guide* di Bali memiliki peran yang sangat penting dalam menjembatani komunikasi antarbudaya dengan wisatawan. Peran tersebut tidak hanya sebatas memberikan informasi praktis tentang destinasi wisata, melainkan juga mencakup kemampuan untuk menanamkan nilai-nilai budaya lokal, menjaga kenyamanan interaksi dengan wisatawan, serta menciptakan kedekatan emosional sepanjang perjalanan.

Kemampuan komunikasi antarbudaya yang dimiliki oleh tour guide dapat dipahami melalui pendekatan *Anxiety/Uncertainty Management Theory* (Gudykunst, 1991). Teori ini menjelaskan bahwa interaksi antarbudaya menjadi efektif apabila individu mampu mengelola rasa cemas dan ketidakpastian dalam situasi baru. Bagi wisatawan, kunjungan ke lingkungan asing sering kali melibatkan kebingungan, baik terkait bahasa, adat istiadat, maupun tata cara sosial. Di sinilah peran *tour guide* menjadi penting. Dengan menggunakan bahasa yang sederhana dapat memberikan penjelasan yang relevan, serta menunjukkan sikap ramah melalui ekspresi nonverbal, tour guide mampu menurunkan kecemasan wisatawan sekaligus menciptakan suasana aman dan menyenangkan.

Di sisi lain, peran tour guide di Bali juga bisa dikaitkan dengan pendekatan *Face Negotiation Theory* (Ting-Toomey, 1999). Teori ini menekankan bahwa setiap individu berusaha menjaga citra diri (*face*) dan identitas budayanya dalam interaksi antarbudaya. *Tour guide* di Bali menunjukkan kepekaan tersebut dengan menyesuaikan gaya komunikasi serta materi pemanduan berdasarkan latar belakang wisatawan. Contohnya, ketika memandu wisatawan Muslim, tour guide menambahkan informasi terkait makanan halal, fasilitas ibadah, atau jadwal waktu shalat. Hal ini memperlihatkan bentuk penghormatan terhadap identitas wisatawan sekaligus memperkuat kepercayaan mereka kepada *tour guide*. Dengan demikian, komunikasi yang dilakukan bukan hanya memberikan informasi, tetapi juga sarana membangun hubungan yang saling menghormati dan menghargai.



Gambar 1.1 Wawancara bersama salah satu tour guide di Bali.

1. *Tour Guide* sebagai Mediator Budaya

Hasil wawancara menunjukkan bahwa *tour guide* memiliki fungsi utama sebagai mediator antara wisatawan dengan budaya Bali. Peran tersebut dijalankan melalui penyampaian nilai-nilai budaya lokal menggunakan narasi, simbol, serta gestur komunikasi yang sopan dan ramah. Temuan ini sejalan dengan pandangan Hernawan & Pienrasmi (2021) yang menegaskan bahwa *tour guide* merupakan agen komunikasi antarbudaya yang mampu menumbuhkan kesadaran lintas budaya melalui interaksi langsung antara wisatawan dan masyarakat lokal.



Gambar 1.2 Wawancara Mahasiswa (Erin Norma Nurrahma).

Seperti yang diungkapkan oleh Erin Norma Nurrahma, “saya merasa puas dengan penjelasan sejarah dan tradisi Bali, karena membuat saya lebih memahami arti dari setiap tempat yang dikunjungi.” Pernyataan ini menekankan bahwa komunikasi yang dilakukan *tour guide* tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemberani informasi, melainkan juga sebagai proses edukasi yang memperkaya pemahaman wisatawan. Sementara itu, Mulkaisar menilai bahwa narasi pemandu mampu menghadirkan pengalaman perjalanan yang lebih bermakna dan emosional.

Temuan ini dapat dikaitkan dengan *Anxiety/Uncertainty Management Theory* (gudykunst, 1991), di mana komunikasi yang disampaikan secara jelas, ramah, dan fleksibel berperan penting dalam mengurangi kecemasan serta ketidakpastian wisatawan ketika berhadapan dengan lingkungan budaya baru. Dengan adanya peran tersebut, *tour guide* tidak hanya menjadi penghubung informasi, tetapi juga penjaga kenyamanan psikologis wisatawan yang memungkinkan terciptanya pengalaman wisata yang lebih aman, harmonis, dan penuh makna.

2. Sensitivitas Budaya dan Religius

Tour guide di Bali juga memperlihatkan sensitivitas budaya dengan menyesuaikan materi pemanduan berdasarkan latar belakang wisatawan. Sebagai contoh, ketika mayoritas wisatawan beragama Islam, *tour guide* tidak hanya menyampaikan informasi destinasi secara umum, tetapi juga menambahkan penjelasan mengenai ketersediaan kuliner halal, waktu pelaksanaan shalat, serta lokasi fasilitas ibadah terdekat. Penyesuaian semacam ini menunjukkan bentuk penghormatan terhadap identitas religius wisatawan sekaligus meningkatkan kualitas pengalaman wisata yang lebih luas dan personal.

Praktik tersebut dapat dijelaskan melalui *Face Negotiation Theory* (Ting-Toomey, 1999), yang menekankan pentingnya menjaga citra diri (*face*) serta identitas budaya dalam interaksi lintas budaya. Dengan menyesuaikan narasi maupun layanan sesuai dengan latar belakang wisatawan, *tour guide* secara tidak langsung melindungi dan mengakui “muka” wisatawan, sehingga tercipta hubungan yang harmonis dan saling menghargai.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Ratmaja & Pidada (2025) di Lombok, yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi berupa penggunaan *code-mixing* dan penyesuaian gaya efektif dalam membangun kedekatan interpersonal dengan wisatawan. Dengan demikian, kemampuan *tour guide* dalam mengadaptasi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai proses utama dalam memperkuat ikatan emosional, menjaga kehormatan identitas, serta menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih bermakna bagi wisatawan antarbudaya. Hal ini sejalan dengan pandangan M.Ridha dkk. (2025) yang menyatakan bahwa komunikasi memegang peran penting dalam kehidupan. Khususnya dalam membentuk interaksi sosial, menyalurkan emosi, menyampaikan informasi, serta melestarikan nilai-nilai budaya.

3. Keterlibatan Emosional Wisatawan

Komunikasi yang dilakukan *tour guide* tidak hanya berfungsi pada ranah pengetahuan berupa penyampai informasi faktual, tetapi juga menyentuh ranah efektif yang membangun kedekatan emosional dengan wisatawan. Erin, menggambarkan pengalamannya seolah mengalami “*dejavu*” ketika mendapat penjelasan tentang adat Bali.



Gambar 1.3 Wawancara mahasiswa (Mulkaisar).

Sementara Mulkaisar merasakan ikatan yang lebih dekat dengan budaya lokal setelah memahami sejarah tari Barong sebelum menyaksikan pertunjukan. Hal ini menunjukkan bahwa *tour guide* tidak hanya menyampaikan pengetahuan, tetapi juga menghadirkan pengalaman emosional yang memperkaya makna perjalanan wisatawan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Agustiani, et al., (2023) yang menekankan bahwa empati, keterampilan komunikasi, dan kemampuan adaptasi *tour guide* berkontribusi besar terhadap kepasan emosional wisatawan. Penelitian Ramadhani, et al., (2024) mengidentifikasi bahwa strategi komunikasi persuasif, informatif, hingga naratif menjadi daya tarik utama dalam komunikasi *tour guide* wisata. Dengan menggunakan narasi yang tidak hanya menjelaskan, tetapi juga membangkitkan rasa ingin tahu dan emosi positif, *tour guide* mampu menciptakan suasana perjalanan yang lebih hidup dan bermakna.

Sementara itu, dalam pendekatan *Face Negotiation Theory* (Ting- Toomey, 1999), empati dan kemampuan adaptasi *tour guide* juga berfungsi menjaga “muka” atau citra diri wisatawan. Dengan menyesuaikan bahasa, gaya narasi, bahkan konten informasi sesuai latar belakang wisatawan, *tour guide* yang menunjukkan penghormatan terhadap identitas wisatawan dan mencegah potensi kesalahpahaman. Tindakan ini tidak hanya memperkuat hubungan interpersonal, tetapi juga menciptakan pengalaman wisata yang penuh penghargaan, harmonis, dan inklusif

4. Hambatan dalam Komunikasi Antarbudaya

Meskipun komunikasi yang dilakukan *tour guide* umumnya berjalan efektif, tetapi hasil penelitian tetap menemukan adanya hambatan yang muncul. Erin, menilai bahwa penjelasan yang terlalu panjang saat peserta dalam kondisi lelah justru menurunkan kenyamanan dan mengurangi fokus wisatawan. Selain itu, ditemukan pula adanya kesalahpahaman mengenai tradisi tertentu yang didorong oleh keterbatasan pengetahuan *tour guide*. Situasi ini menunjukkan bahwa komunikasi antarbudaya bersifat dinamis dan rentan menghadapi kendala, baik yang bersumber dari faktor keadaan maupun kapasitas individu *tour guide*.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Herienda dkk. (2024) yang mengidentifikasi adanya *tour guide* wisata yang kurang percaya diri serta belum optimal dalam menyampaikan informasi secara akurat dan menarik. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa *tour guide* memiliki peran yang strategis, efektivitas komunikasi yang sangat berpengaruh oleh kualitas personal,

keterampilan komunikasi, serta kesiapan mereka menghadapi berbagai latar belakang wisatawan. Dengan demikian, peningkatan kapasitas tour guide melalui pelatihan komunikasi antarbudaya menjadi kebutuhan mendesak. Pelatihan ini tidak hanya penting untuk memperkaya pengetahuan budaya, tetapi juga untuk melatih keterampilan manajemen komunikasi, empati, serta kemampuan menjaga kehormatan identitas antarbudaya. Dengan begitu, peran *tour guide* sebagai mediator komunikasi dapat dijalankan secara lebih efektif, adaptif dan profesional.

5. *Tour Guide* sebagai Storyteller dan *Experience Creator*

Selain menjalankan fungsi sebagai mediator budaya, *tour guide* juga berperan sebagai *storyteller*. Melalui narasi yang menarik, selipan humor, serta penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, *tour guide* mampu membuat wisatawan merasa lebih terlibat dalam perjalanan. Dengan cara ini, informasi yang disampaikan tidak sekadar dipahami secara kognitif, tetapi juga diresapi secara emosional. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Kuntariati & Paramita (2023) yang menegaskan bahwa *storytelling* merupakan strategi komunikasi yang efektif untuk memperkaya pengalaman wisata budaya, sebagaimana terlihat pada destinasi Goa Gajah di Bali.

Selain itu, peran *storytelling* yang dilakukan *tour guide* juga berhubungan dengan penelitian *experience co-creation*. Menurut Dakwah, Roodhi, & Baehaqi (2024), pengalaman wisata tidak hanya diciptakan oleh *tour guide*, melainkan hasil interaksi kolaboratif antara *tour guide* dan wisatawan. Dalam konteks ini, wisatawan tidak hanya menjadi penerima informasi secara pasif, tetapi juga turut aktif terlibat secara kognitif dan emosional melalui tanya jawab, refleksi pengalaman, hingga partisipasi dalam aktivitas budaya. Dengan demikian, proses komunikasi yang terjadi bersifat dua arah, pada akhirnya memperkuat keterhubungan wisatawan dengan budaya lokal.

Dengan menggunakan pendekatan *Anxiety/ Uncertainty Management Theory* (Gudykunst, 1991) *storytelling* yang digunakan secara menarik berfungsi mengurangi kecemasan wisatawan dengan menghadirkan narasi yang mudah dipahami serta relevan dengan latar belakang mereka.

6. Analisis Kritis dan Perbandingan Konteks

Jika dibandingkan dengan konteks pariwisata di daerah lain, peran *tour guide* wisatawan di Bali menunjukkan karakteristik yang unik. Sebagai contoh, di Mandalika *tour guide* cenderung menekankan kompetensi bahasa asing untuk menjangkau wisatawan mancanegara (Dakwah dkk., 2024). Sementara itu, di Bali, selain kemampuan bahasa, terdapat penekanan yang kuat pada penyampaian narasi budaya, simbol tradisi, dan nilai-nilai spiritual yang menjadi daya tarik utama destinasi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi *tour guide* sangat dipengaruhi oleh karakter budaya lokal dan keunikan destinasi masing-masing.

Pendekatan ini menegaskan bahwa efektivitas komunikasi antarbudaya dalam pariwisata tidak dapat diperluas secara universal. Setiap destinasi memiliki identitas budaya yang berbeda, sehingga strategi penyampaian informasi, cara narasi, maupun interaksi dengan wisatawan harus disesuaikan untuk menciptakan pengalaman yang bermakna dan harmonis. Dengan kata lain, keberhasilan *tour guide* dalam membangun hubungan dengan wisatawan sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk memahami konteks budaya lokal serta menyesuaikan komunikasi secara adaptif, inklusif, dan sensitif terhadap nilai-nilai setempat.

SIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi antarbudaya memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman wisatawan di Bali. *Tour guide* tidak hanya berfungsi sebagai pemandu perjalanan, tetapi juga sebagai penghubung budaya antara wisatawan dan masyarakat lokal. Melalui kemampuan berkomunikasi yang baik, pemahaman lintas budaya, serta kepekaan terhadap perbedaan nilai dan kebiasaan, *tour guide* mampu menciptakan interaksi yang harmonis dan bermakna.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi antarbudaya ditentukan oleh kemampuan *tour guide* memahami konteks sosial-budaya wisatawan, menyesuaikan gaya komunikasi, serta mengelola pesan dengan empati dan sensitivitas. Proses ini tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan sosial yang memperkaya pengalaman wisatawan. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti bahwa kompetensi antarbudaya *tour guide* perlu terus dikembangkan melalui pelatihan bahasa asing, sertifikasi profesional, dan pembekalan wawasan budaya. Peningkatan kapasitas tersebut menjadi kunci dalam menghadapi tantangan globalisasi dan menjaga citra pariwisata Bali sebagai destinasi internasional yang ramah dan inklusif.

Secara keseluruhan, komunikasi antarbudaya yang efektif berkontribusi besar terhadap kepuasan, loyalitas, dan pengalaman positif wisatawan. Oleh karena itu, penguatan kemampuan komunikasi antarbudaya *tour guide* di Bali tidak hanya penting bagi individu, tetapi juga berdampak pada keberlanjutan dan daya saing industri pariwisata secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, D., Mulyana, D., & Maharani, D. (2023). Kompetensi komunikasi antarbudaya pemandu wisata dalam meningkatkan pengalaman wisatawan. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 5(2), 115–128.
- Asmin, A. (2022). Kompetensi budaya dan komunikasi antarbudaya pemandu wisata dalam memperkuat pengalaman wisatawan di Toraja. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(4), 233–245.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Wisatawan Mancanegara 2022*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 5–29. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(85\)90037-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90037-4)
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Dakwah, A., Roodhi, H., & Baehaqi, A. (2024). Kompetensi komunikasi antarbudaya dan experience co-creation pemandu wisata di Mandalika. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 8(1), 44–57.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. (2021). *Laporan tahunan Dinas Pariwisata Provinsi Bali 2021*. Denpasar: Dinas Pariwisata Provinsi Bali.

- Gudykunst, W. B. (1991). Anxiety/uncertainty management theory: Current status. In R. L. Wiseman & J. Koester (Eds.), *Intercultural communication competence* (pp. 33–71). Sage Publications.
- Gudykunst, W. B. (2003). *Bridging differences: Effective intergroup communication* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. New York: Anchor Books/Doubleday.
- Hernawan, T., & Pienrasmi, M. (2021). Peran komunikasi antarbudaya dalam interaksi wisatawan dengan masyarakat lokal. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 77–90.
- Herienda, A., Adriani, F., Nofiyanti, A., Pradhipta, H., & Maharani, A. (2024). Tantangan komunikasi pemandu wisata dalam menghadapi wisatawan lintas budaya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 13(2), 98–112.
- Kuntariati, D., & Paramita, P. (2023). Efektivitas metode storytelling dalam meningkatkan pengalaman wisata budaya. *Jurnal Pariwisata Budaya*, 6(1), 55–67.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Priharjuna, A., Aryasih, N. M., & Puja, I. M. (2025). Keterampilan komunikasi verbal dan nonverbal pemandu wisata dalam meningkatkan kepuasan wisatawan mancanegara. *Jurnal Komunikasi Global*, 12(2), 145–160.
- Ramadhani, L., Jumraidin, A., & Ratmaja, K. (2024). Strategi komunikasi persuasif dan naratif pemandu wisata dalam membangun keterlibatan wisatawan. *Jurnal Interaksi Budaya*, 7(3), 201–215.
- Ratmaja, K., & Pidada, I. (2025). Penyesuaian bahasa dan penggunaan code-mixing dalam komunikasi pemandu wisata di Lombok. *Jurnal Bahasa dan Pariwisata*, 4(2), 99–110.
- Ridha, M., Astiani, D., Azkia, A., Ramadhani, A., & Zain, F. M. (2025). Kekuatan komunikasi: Fungsi dan dampaknya terhadap kehidupan manusia. *Komsospol*, 5(1), 48–54.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2017). *Communication between cultures* (9th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Ting-Toomey, S. (1999). *Communicating across cultures*. Guilford Press.