

**PERILAKU NON VERBAL TOUR GUIDE LOMBOK  
SEBAGAI KOMUNIKASI ANTARBUDAYA DALAM BERINTERAKSI DENGAN  
WISATAWAN ASING**

Sri Murti Dina Triyasningrum<sup>1</sup>, Sri Ulya Suskarwati<sup>2</sup>, Andre Josua Sagala<sup>3</sup>

<sup>1</sup>INSTITUT KOMUNIKASI DAN BISNIS LSPR

E-mail Korespondensi 2: sri.us@lspr.edu

<b>Diterima:</b> <b>27-11-2023</b>	<b>Direvisi:</b> <b>30-11-2023</b>	<b>Diterbitkan:</b> <b>30-11-2023</b>
---------------------------------------	---------------------------------------	--

DOI: <http://dx.doi.org/10.31602/jm.v6i2>

**ABSTRAK**

*Komunikasi antarbudaya* adalah proses komunikasi dari satu individu dengan suatu budaya dengan individu dari budaya lainnya dan tercipta pemahaman yang sama. Proses tersebut dialami oleh *tour guide* lokal di Lombok yang berkomunikasi dengan wisatawan asing yang memiliki perbedaan budaya. *Tour guide* lokal menggunakan bahasa Inggris dalam memperkenalkan objek wisata Lombok, namun masih terjadi perbedaan pemahaman antara keduanya. Fenomena tersebut menarik perhatian peneliti untuk mengetahui komunikasi antarbudaya yang terjadi dari 5 elemen menurut konsep Larry A. Samovar yang dianalisis dengan teori komunikasi akomodasi melalui metode penelitian kualitatif dengan hasil adanya kecenderungan penggunaan perilaku non verbal dengan *gesture*, gerak tangan, ekspresi, serta adanya adaptasi dengan lingkungan baru dan perilaku verbal dengan menggunakan bahasa Inggris namun masih perlu frekuensi pengulangan kata dan bantuan kamus online. Penelitian ini diharapkan dapat membantu jasa pemandu wisata lokal Lombok untuk lebih mendalami pemahaman komunikasi non verbal dengan wisatawan asing serta dapat menjadi bahan evaluasi diri untuk mengembangkan kemampuan berkomunikasi antarbudaya dengan wisatawan asing

**Kata Kunci:** identitas budaya; pariwisata Lombok; *tour guide* lokal

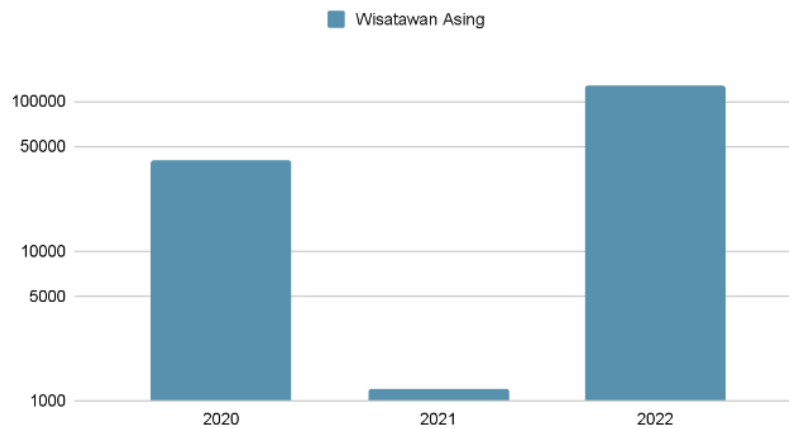
**PENDAHULUAN**

Pariwisata Indonesia sedang digencarkan oleh pemerintah melalui beberapa program. Lombok masuk dalam program 10 Bali Baru dan kemudian difokuskan menjadi Lima Destinasi Super Prioritas ("5 Destinasi Super Prioritas," n.d.). Lombok dengan Mandalika juga menjadi bagian dari Kawasan Strategis Pariwisata Nasional atau KSPN yang masuk dalam daftar proyek prioritas strategis pada peraturan pemerintah No. 18 tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (Pembagio, 2022).

Masuknya Lombok dari bagian program-program tersebut tentunya dengan harapan dapat memberikan manfaat di bidang pariwisata seperti peningkatan jumlah perjalanan wisatawan lokal dan mancanegara, dan meningkatnya devisa negara. Harapan tersebut mulai terwujud dengan adanya kenaikan jumlah kunjungan wisatawan asing dari tahun 2020 hingga 2022. Menurut portal NTB Satu

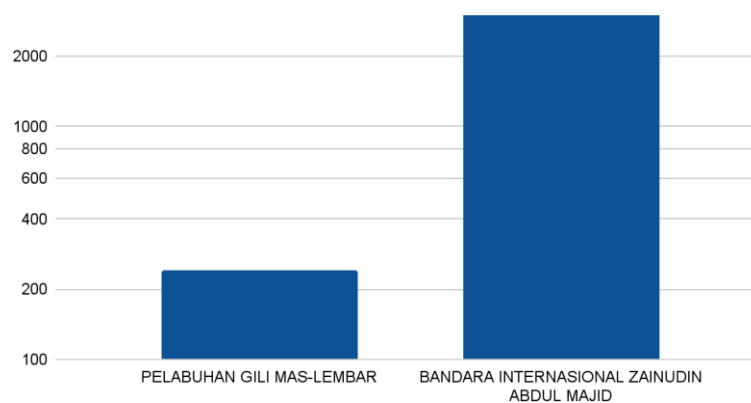
Data jumlah kunjungan wisatawan asing pada tahun 2020 sejumlah 39.982, sempat mengalami penurunan di tahun 2021 dengan total 1.189 dan kemudian meningkat kembali di tahun 2022 dengan jumlah 126.539 kunjungan ("Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB)," 2019). Serta terdapat data kunjungan wisatawan asing menurut pintu masuk yaitu pelabuhan Gili Mas-Lembar sejumlah 242 kunjungan dan bandar udara internasional Zainudin Abdul Majid sejumlah 32.493 ("Jumlah Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Pintu Masuk ," 2022).

Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing NTB



**Gambar 1. Diagram Kunjungan Wisatawan Asing**

Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing Berdasarkan Pintu Masuk



**Gambar 2. Diagram Kunjungan Berdasarkan Pintu Masuk**

Melalui data tersebut peneliti melihat minat berkunjung yang tinggi dari wisatawan asing menuju pulau Lombok di provinsi Nusa Tenggara Barat. Hal ini menjadi sebuah peluang dan juga tantangan bagi para pelaku pariwisata dalam memperkenalkan destinasi wisata di Lombok terutama 610 Biro Perjalanan Wisata (BPW) yang tercatat pada portal NTB Satu Data yang mana *tour guide* menjadi bagian dari BPW yang berperan untuk merepresentasikan dan mempromosikan kawasan pariwisata di Lombok. *Tour guide* berinteraksi secara langsung dengan wisatawan asing dengan berkomunikasi agar tercipta kepercayaan dalam pelayanan jasa. Dalam berkomunikasi *tour guide* dan wisatawan asing memiliki perbedaan budaya, proses komunikasi dengan perbedaan budaya tersebut dikatakan sebagai komunikasi antarbudaya (Samovar, Porter, McDaniel, & Roy, 2015).

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang membahas terkait perilaku komunikasi dengan adanya perbedaan budaya diantaranya; Wahyuni (2016) tentang perilaku *tour guide* dalam memperkenalkan objek wisata; Anshar & Yahya (2017) tentang sikap dan perilaku wisatawan asing dan masyarakat dalam berkomunikasi; Mustawazir, Annisah, dan Saleh (2017) tentang efektivitas penggunaan komunikasi verbal dan non verbal wisatawan asing dan masyarakat; Pratiwi & Sugandi, (2021) tentang perilaku komunikasi pemandu wisata dengan wisatawan; dan Asmin (2022) tentang strategi komunikasi antarbudaya *tour guide*.

Berkomunikasi dengan bahasa yang sama akan membuat proses komunikasi menjadi lebih efektif dan kecepatan dalam penyampaian pesan mempengaruhi pemahaman bagi wisatawan (Wahyuni, 2016). Dalam penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa perilaku positif saat berinteraksi yang terbentuk karena adanya faktor bisnis dan kemiripan budaya sehingga wisatawan asing atau pelaku pariwisata lebih mudah dalam beradaptasi, di lain sisi munculnya perilaku negatif karena adanya penolakan atau memiliki pandangan yang berbeda sehingga menimbulkan kesalahpahaman (Anshar & Yahya, 2017). Untuk mencapai pemahaman dengan wisatawan biasanya menggunakan komunikasi verbal dengan bahasa yang sama serta didukung komunikasi non verbal sebagai pendukung alur komunikasi (Pratiwi & Sugandi, 2021). Komunikasi secara non verbal cenderung lebih sering digunakan ketika berinteraksi dengan wisatawan asing untuk meminimalisir adanya kesalahpahaman karena penggunaan komunikasi verbal masih ditemui *misscommunication* (Mustawazir, Anisah, & Saleh, 2017). Kompetensi bahasa dan pengetahuan terkait budaya wisatawan juga perlu dipahami bagi pelaku pariwisata untuk menangani suatu peristiwa yang terjadi (Asmin, 2022).

Beberapa penelitian tersebut juga didukung hasil wawancara pra penelitian dengan salah satu pemilik agen travel di Lombok bahwa interaksi yang terjadi antara *tour guide* dengan wisatawan asing memang menggunakan komunikasi verbal secara kesehariannya dengan bahasa asing yang sama namun masih sering kali ditemui kesalahpahaman antara keduanya (Samsul, 2022). Hal ini menjadi menarik untuk dianalisis lebih karena masih ada kesalahpahaman ketika berkomunikasi dengan bahasa yang sama sehingga penelitian ini bertujuan untuk memahami proses komunikasi yang terjadi antara *tour guide* dengan wisatawan asing dalam perilaku verbal dan non verbal dalam mencapai pemahaman yang sama.

## **METODE**

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif yaitu dengan menggambarkan makna yang terjadi dari satu atau beberapa individu terkait fenomena yang sama (Creswell, 2018). Untuk mendapatkan gambaran tersebut penelitian ini menggunakan 2 teknik pengumpulan data yaitu data primer wawancara semi terstruktur yang berdasarkan sejumlah pertanyaan yang telah disusun peneliti dan hasil observasi secara langsung terkait interaksi *tour guide* dengan wisatawan asing di lapangan, serta data sekunder yang diambil dari hasil catatan laporan, dokumentasi, serta data dari sosial media dan website. Dan dengan melakukan teknik pemeriksaan keterpercayaan data menggunakan triangulasi teknik yaitu hasil observasi, wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2013).

Masing-masing narasumber dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan yaitu *tour guide* yang merupakan masyarakat lokal asli Lombok dan telah menjalani profesi sebagai pemandu wisata selama lebih dari satu tahun dan bertugas mendampingi wisatawan asing selama menjalankan aktivitas wisata di Lombok. Dan kriteria wisatawan asing yang mengikuti perjalanan wisata melalui agen travel dengan penyedia jasa *tour guide* selama lebih dari 24 jam serta telah melakukan komunikasi dengan *tour guide* minimal 2x24 jam untuk mengetahui frekuensi pemahaman lebih dalam ketika berinteraksi. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori komunikasi akomodasi dan konsep komunikasi antarbudaya Larry A. Samovar. Penggunaan teori dan konsep tersebut bertujuan untuk memahami elemen penting dari komunikasi antarbudaya yaitu terjadinya komunikasi dan adanya budaya sehingga mencapai pemahaman yang sama.

Komunikasi antarbudaya menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter (2015) adalah suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh individu dengan budaya tertentu dengan mengirimkan pesan kepada suatu individu lain yang memiliki budaya berbeda dan tercapai sebuah pemahaman yang sama. Untuk mencapai pemahaman tersebut dibutuhkan elemen komunikasi dan budaya yang memiliki fungsi secara bersamaan yaitu: persepsi, pola kognisi, perilaku verbal, perilaku non verbal, dan pengaruh konteks persepsi yang dimaksudkan ialah suatu proses memilih, mengatur serta mengevaluasi suatu rangsangan untuk dapat dimaknai sehingga dapat terbentuk sebuah pengalaman. Pola kognisi dari suatu individu dihasilkan dari penalaran mengenai suatu fenomena serta pendekatan untuk memecahkan sebuah permasalahan. Perilaku verbal yang akan dianalisis adalah tindakan yang ditunjukkan secara lisan ataupun tertulis. Sedangkan perilaku non verbal dapat ditunjukkan lebih luas yaitu dengan gerak tubuh (kinesik), kontak mata, ekspresi, postur, penampilan, ruang dan waktu. Dan pengaruh konteks yang dimaksudkan adalah suatu kegiatan komunikasi yang dihasilkan dari proses pemahaman suatu aturan atau budaya sehingga terjadi adanya pertimbangan dalam memutuskan suatu tindakan yang akan dilakukan (Samovar et al., 2015). Memahami komunikasi dan budaya harus secara bersamaan untuk dipelajari karena menurut Godwin C. Chu dalam Deddy Mulyana (2019) bahwa proses komunikasi akan terus terlibat dengan setiap tindakan dari hasil pola budaya karena komunikasi hanya dapat dipahami dengan budaya, dan budaya dapat dipahami hanya dengan komunikasi (Mulyana, 2019).

Penggunaan teori komunikasi akomodasi bertujuan untuk mempelajari lebih dalam terkait sebab dan akibat dari komunikasi yang terjadi antara *tour guide* lokal dengan wisatawan asing. Teori komunikasi akomodasi menjelaskan mengenai sifat penyesuaian komunikasi dan bagaimana proses penyesuaian tersebut dapat mencerminkan dan mempengaruhi hubungan pribadi dan sosial seperti adanya kegiatan adaptasi dari perilaku verbal dan non verbal. Dalam teori komunikasi akomodasi terdapat dua motif untuk menyesuaikan perilaku komunikasi yaitu motif kognitif untuk mengelola pemahaman dan motif afektif untuk membangun hubungan sosial melalui komunikasi. Penggunaan teori ini mengacu pada strategi pendekatan dengan prinsip konvergensi yaitu upaya membentuk komunikasi yang serupa atau mirip dengan orang lain dan divergensi yaitu upaya untuk menunjukkan perbedaan komunikasi sehingga dapat mengungkapkan reaksi negative terhadap orang lain (Soliz, Giles, & Gasiorek, 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa perilaku *tour guide* lokal ketika berkomunikasi secara formal ataupun informal dengan wisatawan asing dimaknai sebagai tindakan yang ramah. *Tour guide* berkomunikasi dengan ekspresi menyenangkan dan dimulai dengan sapaan ketika berjumpa dengan wisatawan asing. Sikap *tour guide* yang mau sukarelawan menolong wisatawan asing ketika kehilangan barang juga menghasilkan persepsi yang baik bagi wisatawan asing, *tour guide* dipandang sebagai pribadi yang berempati, bertanggung jawab, dan bernorma baik. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku yang diberikan *tour guide* dapat dimaknai dan diinterpretasikan oleh wisatawan asing.

Pada pola kognisi wisatawan asing merasakan keterlibatan *tour guide* lokal dalam membantu wisatawan asing untuk beradaptasi dengan lingkungan yang baru. Sikap ramah tamah yang selalu diunggulkan oleh *tour guide* lokal dengan membangun relasi seperti berbincang santai, bergurau serta menghargai perbedaan dengan tidak memaksakan wisatawan asing dalam membuat keputusan saat berwisata membuat wisatawan asing lebih mudah dalam menyesuaikan diri. Wisatawan asing dapat menerima aturan budaya juga tidak terlepas dari peran *tour guide* yang mampu mengkomunikasikan kepada wisatawan asing sehingga dapat saling memahami dan menghormati dan tercipta rasa toleransi, hal ini sesuai dengan argumen Hernawan. W dan Pienrasmi H. (2021) bahwa ketika proses komunikasi antarbudaya terjadi timbul sikap toleransi seperti menghargai perbedaan secara apa adanya tanpa adanya paksaan seperti yang kita inginkan (Hernawan & Pienrasmi, 2021)

Secara perilaku verbal *tour guide* lokal menggunakan bahasa inggris untuk berkomunikasi, ada pun beberapa saat juga menggunakan bahasa indonesia untuk diperkenalkan kepada wisatawan asing. Menurut wisatawan asing komunikasi *tour guide* dengan bahasa asing tergolong mudah dipahami karena menggunakan bahasa yang *simple*, namun dirasa masih tidak fasih atau perlu ditingkatkan karena masih mengalami kesalahpahaman ketika berkomunikasi. Untuk mengatasi kesalahpahaman tersebut *tour guide* akan mengulangi kalimat yang sudah disampaikan dan akan mendrskripsikan lebih detail jika diperlukan, serta menggunakan alat bantu komunikasi kamus online Google Translate dan Grammarly dalam menjelaskan kawasan wisata dan kegiatan pariwisata. Kamus online berperan sebagai jembatan penghubung dan fasilitator saat melakukan proses komunikasi antarbudaya dan mengurangi terjadinya kesalahpahaman (Davies, 2012). Ada pun suasana humor yang dibangun sehingga dapat membuat wisatawan asing lebih nyaman, *tour guide* juga membangun obrolan dengan menyampaikan bahwa adanya kemiripan kosa kata antara bahasa indonesia dengan bahasa asal wisatawan asing hal ini bertujuan agar wisatawan bisa lebih membaur dalam obrolan. Sering kali wisatawan justru merasa tertarik untuk bisa mempelajari lebih banyak kosa kata dengan bahasa indonesia, kegiatan ini dapat dikatakan sebagai hibriditas budaya dengan adanya asimilasi dua budaya sehingga terbentuk perbincangan dengan menggabungkan unsur-unsur dari dua bahasa (Baldwin, J. R., et al, 2014)

Menurut wisatawan asing dan juga *tour guide* penggunaan perilaku non verbal ketika berkomunikasi dilakukan sesuai dengan preferensi setiap individu. Sikap keramahan yang ditunjukkan oleh *tour guide* tidak terlepas dari perilaku non verbal. Ketika bertemu dengan wisatawan asing mereka mulai dengan menyapa sambil melambaikan tangan jika berjarak lebih dari 5 meter atau mengulurkan tangan untuk berjabat tangan terlebih dahulu kemudian diikuti dengan senyuman dan ekspresi wajah yang menunjukkan kegembiraan. Ketika menjelaskan objek wisata atau kegiatan pariwisata *tour guide* juga sering kali menggunakan gerak tubuh dan tangan seperti menunjuk, mengarahkan jalan, memberikan contoh dan memperagakan suatu kegiatan. *Tour guide* juga menjelaskan bahwa bersikap ramah dengan memperbanyak senyum, mengurangi ekspresi negatif dan menggunakan gerak tubuh sebagai bahasa isyarat cukup membantu mereka dalam menyampaikan pesan sehingga dapat mencapai pemahaman yang sama.

Pengaruh konteks yang terjadi lebih dirasakan oleh *tour guide* ketika hendak menawarkan jasa. *Tour guide* melakukan pertimbangan sebelum bertindak seperti melihat situasi dan kondisi wisatawan sebelum menawarkan pelayanan. Hal ini dilakukan ketika *tour guide* melihat ada kesempatan untuk memberikan jasa pelayanan tambahan atau untuk berpindah lokasi, *tour guide* akan melihat sikap dan perilaku wisatawan asing sebelum mengajukan pertanyaan, jika wisatawan asing menunjukkan sikap yang acuh tak acuh, terlihat sedih atau kurang nyaman maka *tour guide* akan mempertimbangkan terlebih dahulu untuk menawarkan jasa dan sering kali terjadi keraguan dari *tour guide*. Tetapi hal tersebut tidak menjadikan *tour guide* bersikap pasif, mereka akan tetap komunikatif serta tidak melakukan paksaan kepada wisatawan asing sehingga wisatawan asing tetap merasa nyaman dan bebas ketika berwisata dan mendapatkan pelayanan terbaik.

Dari hasil analisis observasi dan wawancara ditemukan bahwa untuk mencapai pemahaman yang sama dalam komunikasi antarbudaya yang terjadi memerlukan frekuensi pengulangan kata dengan menggunakan bahasa inggris baik secara lisan maupun tertulis serta dalam mempertegas isi pesan yang ingin disampaikan maka diperlukan perilaku non verbal yang mendukung seperti gerak tubuh (kinesik) seperti penggunaan gerak tangan ketika menunjukkan tempat, memberikan contoh benda dan *gesture* ketika memperagakan suatu kegiatan yang dilakukan secara disengaja untuk melengkapi serta memperkuat gambaran isi pesan oleh *tour guide* yang dapat disebut sebagai ilustrator dan penggunaan *affect displays* untuk memperlihatkan perasaan dan emosi dari ekspresi wajah ketika berinteraksi seperti tersenyum saat berbicara dengan wisatawan asing dan menunjukkan ekspresi gembira saat menjalankan kegiatan perjalanan wisata. Penggunaan bentuk gerak tubuh tersebut berfungsi sebagai pengganti kata atau frasa (Kurniati, 2016). Penggunaan ekspresi wajah tersebut juga sebagai presentasional ekspresi ketika *tour guide* secara sadar dapat mengontrol ekspresi wajahnya dengan



tujuan untuk konsumsi publik atau tujuan praktis sebagai pelaku pariwisata untuk mempertahankan suasana harmonis (Kwal Gamble & Gamble, 2014). Perilaku non verbal yang dilakukan oleh *tour guide* termasuk dalam fungsi *emphasizing* yaitu perilaku non verbal untuk menekankan pesan dari perilaku verbal dan *regulating* yaitu untuk mengatur interaksi, *tour guide* cenderung memperlambat kecepatan berbicaranya dalam pengulangan kalimat ketika wisatawan asing kurang memahami pesan dari *tour guide* dan merendahkan intonasi berbicara saat ingin mengakhiri perbincangan atau menaikkan intonasi dengan tujuan ajakan untuk melakukan kegiatan.

Dalam berkomunikasi antarbudaya *tour guide* dan wisatawan asing mengalami proses strategi adaptasi yaitu konvergensi dan divergensi. Proses adaptasi konvergensi sebagai proses asimilasi dan adaptasi dari masing-masing individu dengan menyelaraskan atau membuat komunikasi menjadi lebih mirip ketika berinteraksi. Konvergensi yang terjadi adalah ketika wisatawan menyesuaikan perilaku serta aturan budaya lokal setempat. Seperti ketika wisatawan asing mengunjungi kawasan wisata religi maka wisatawan asing akan mengenakan pakaian yang sopan atau pakaian adat seperti sarung atau kain tenun Lombok. Begitu juga yang dilakukan oleh *tour guide* ketika mulai membangun relasi dengan berkomunikasi menggunakan bahasa yang sama yaitu bahasa Inggris dan bahasa asing lainnya sesuai negara asal wisatawan asing sehingga terjadi pertukaran informasi terkait kesamaan kosa kata dan menciptakan suasana berbaur dan nyaman.

Di lain sisi *tour guide* juga mengalami proses divergensi yaitu sebuah proses komunikasi yang terbentuk dengan tujuan untuk menghindari konflik dan mempertahankan budayanya. Divergensi terjadi ketika *tour guide* melihat kondisi perasaan wisatawan asing dan mempertimbangkan keputusan memberikan penawaran jasa pelayanan yang kadang menimbulkan rasa keraguan ketika wisatawan asing menunjukkan sikap acuh tak acuh sehingga *tour guide* mengurungkan niatnya dalam memberikan penawaran jasa pelayanan untuk menghindari kesalahpahaman. Jika wisatawan asing melakukan konvergensi dengan mengikuti aturan budaya lokal, *tour guide* justru bersikap divergensi dengan mempertahankan nilai-nilai budaya seperti intonasi berbicara dan logat, tetapi hal tersebut bukan bermaksud untuk menghindari konflik namun *tour guide* melihatnya sebagai peluang yang baik dalam menarik perhatian wisatawan asing dengan adanya keunikan yang bisa ditampilkan. Dan dari hasil analisis wawancara dan observasi tidak ditemukan akomodasi berlebihan yang terjadi di antara *tour guide* dan wisatawan asing.

## **PENUTUP**

Dari hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa *tour guide* lokal dapat mencapai pemahaman yang sama melalui perilaku verbal dan non verbal dalam interaksi komunikasi antarbudaya dengan wisatawan asing di Lombok dengan memenuhi elemen budaya lainnya yaitu menghasilkan persepsi positif bahwa *tour guide* merupakan pribadi yang ramah, berempati dan bertanggung jawab dengan menunjukkan perilaku yang baik kepada wisatawan asing. Dan memiliki peran untuk dapat membantu wisatawan asing dalam beradaptasi dengan cara sering berinteraksi dengan suasana santai atau humor dan menyampaikan informasi terkait aturan budaya yang tidak tertulis sehingga tercipta rasa saling menghargai dan memahami. Serta adanya pertimbangan dalam bertindak dengan menyesuaikan kondisi wisatawan asing agar tidak terjadi kesalahpahaman. *Tour guide* masih perlu meningkatkan kemampuan dalam berbahasa Inggris untuk memperlancar komunikasi dengan wisatawan asing, kekurangan tersebut masih bisa diatasi sementara dengan bantuan kamus online seperti Google Translate dan Grammarly, serta memerlukan frekuensi berulang dalam menyampaikan pesan untuk dijelaskan secara lebih detail dan dengan menunjukkan perilaku non verbal sebagai penegas pesan dengan gerak tubuh (kinesik) seperti gerak tangan untuk menunjuk arah, memberikan contoh dan memperagakan suatu kegiatan yang dilakukan secara disengaja sebagai bentuk ilustrator, dan ekspresi wajah juga perlu diperhatikan ketika berkomunikasi sehingga tidak menimbulkan salah paham seperti tersenyum ketika berbicara dengan wisatawan asing sebagai

gambaran emosi positif yang ditunjukkan secara sadar ataupun tidak yang disebut sebagai *affect displays*. Dari hasil penelitian juga dapat disimpulkan bahwa *tour guide* lokal bersikap cenderung lebih banya konvergensi untuk menyesuaikan diri dengan wisatawan asing dan sedikit divergensi dalam mempertahankan budaya untuk menunjukkan keunikan khas daerah, serta tidak ditemukan akomodasi berlebihan karena selama berinteraksi tidak ditemukan kesalahpahaman yang tinggi.

Penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk memahami perilaku verbal dan non verbal dalam interaksi komunikasi antarbudaya bagi pemandu wisata yang masih dapat dikembangkan terutama dalam menguasai kompetensi berbahasa asing. Hal ini pun dapat menjadi bahan evaluasi bagi para pelaku pariwisata untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta menjadi acuan pemerintah Nusa Tenggara Barat khususnya kawasan Lombok untuk dapat merancang atau mengadakan pelatihan komunikasi dan bahasa asing secara berkala yang diikuti dengan pengujian guna meningkatkan standar kualitas *tour guide* lokal sehingga dapat menarik minat wisatawan asing untuk berkunjung lebih lama dan nyaman. Penelitian ini juga diharapkan dapat dikembangkan secara lebih lanjut jika pelatihan komunikasi telah dilakukan namun masih didapati kesalhpahaman atau ketidakpuasan wisatawan asing terhadap *tour guide* lokal terkait interaksi komunikasi yang terjadi.

## REFERENSI

- 5 Destinasi Super Prioritas. (n.d.). Retrieved October 17, 2023, from Kemenparekraf website: <https://info5dsp.kemendparekraf.go.id/>
- Anshar, T., & Yahya, M. (2017). Analisis Sikap Dan Perilaku Antara Wisatawan Asing Dengan Masyarakat Lokal Kota Sabang dalam Dinamika Komunikasi Antar Budaya. *Jurnal Ilmiah FISIP Unsyiah*, 1(1), 1–11.
- Asmin, A. I. (2022). Tour Guides' Intercultural Communication Strategies In Toraja. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Satra*, 2(2), 55–62. Retrieved from <https://dmi-journals.org/deiktis/index>
- Creswell, J. W., & David Creswell, J. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th edition). Los Angeles: SAGE Publication.
- Davies, E. E. (2012). Translation and Intercultural Communicaitaion: Bridges and Barriers. In C. B. Paulston, S. F. Kiesling, & E. S. Rangel (Eds.), *The Handbook of Intercultural Discourse and Communication* (1st ed.). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Hernawan, W., & Pienrasmi, H. (2021). *Komunikasi Antarbudaya (Sikap Sosial dalam Komunikasi Antaretnis)* (H. Basri, Ed.). Bandarlampung: Pusaka Media.
- Jumlah Kunjungan Wisatawan Berdasarkan Pintu Masuk . (2022, August 8). Retrieved October 18, 2023, from NTB Satu Data website: <https://data.ntbprov.go.id/dataset/jumlah-kunjungan-wisatawan-berdasarkan-pintu-masuk>
- Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). (2019). Retrieved October 18, 2023, from NTB Satu Data website: <https://data.ntbprov.go.id/dataset/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-provinsi-nusa-tenggara-barat-ntb>
- Kurniati, D. P. Y. (2016). Modul Komunikasi Verbal Dan Non Verbal. *Universitas Udayana*, pp. 3–32. Denpasar. Retrieved from [https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_pendidikan\\_dir/a3a4fc3bf4ad19b0079f4a31c593398b.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_dir/a3a4fc3bf4ad19b0079f4a31c593398b.pdf)
- Kwal Gamble, T., & Gamble, M. W. (2014). *Interpersonal Communication Building Connections Together*. California: SAGE Publication, Inc.
- Mulyana, D. (2019). *Pengantar Komunikasi Lintas Budaya: Menerobos Era Digital Dengan Sukses*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mustawazir, Anisah, N., & Saleh, R. (2017). Analisis Bahasa Dan Perilaku Komunikasi Antarbudaya Antara Wisatawan Mancanegara Dengan Masyarakat Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(4), 1–10. Retrieved from [www.jim.unsyiah.ac.id/FISIPCorrespondingAuthor:mustawazir4@gmail.com](http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIPCorrespondingAuthor:mustawazir4@gmail.com)

- Pambagio, A. (2022, August 29). Antara Kebijakan dan Kemampuan Danau Toba. Retrieved October 17, 2023, from detikNews website: <https://news.detik.com/kolom/d-6259763/antara-kebijakan-dan-kemampuan-danau-toba>
- Pratiwi, E. D., & Sugandi, M. S. (2021). Perilaku Komunikasi Antara Pemandu Wisata Dan Wisatawan Dalam Wisata Sejarah Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 691–703. Retrieved from <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14403/14187>
- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2015). *Intercultural Communication A Reader* (14th Edition). Boston, MA: Cengage Learning. Retrieved from [www.cengagebrain.com](http://www.cengagebrain.com)
- Soliz, J., Giles, H., & Gasiorek, J. (2022). Communication Accomodation Theory: Converging Toward an Understanding of Communication Adaptation in Interpersonal Relationships. In D. O. Braithwaite & P. Schrodt (Eds.), *Engaging Theories In Interpersonal Communication Multiple Perspectives* (3rd Edition, pp. 130–142). New York: Rotledge. <https://doi.org/10.432/9781003195511>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni. (2016). Perilaku Komunikasi Tour Guide Freelance Dalam Memperkenalkan Objek Wisata Kota Bukittinggi. *Jurnal KOM FISIP*, 3(2).