BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Kampung adat Naga adalah kampung tradisional yang mudah diakses di tengah keramaian masyarakat modern. Kampung Adat Naga secara administratif terletak di Desa Neglasari, Kecamatan, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat. Kampung Adat Naga juga sudah mengelola dengan baik ditandai dengan adanya sistem pemandu atau himpunan pemandu yaitu HIPANA (Himpunan Pramuwisata Kampung Naga) termasuk dalam HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia). Melalui perantara sebagai *tour guide*, pengunjung yang masuk akan diberi arahan atau diperlakukan berbeda dengan orang-orang yang hanya asal memasuki wilayah Kampung Naga. Yang dianggap pengunjung adalah yang benar-benar berasal dari luar Kampung Naga, bahkan pengunjung dari daerah Tasikmalaya dan sekitarnya yang relatif dekat dan dengan budaya yang sama. Kampung Naga dan keunikannya sudah merambah sampai menarik pangunjung dari luar negeri bahkan sudah dari semenjak dahulu sebelum tersebar luasnya informasi di media sosial dan internet. Sebagaimana dilansir dari katadesa.id Kampung Adat Naga termasuk dalam lima desa adat Indonesia yang mendunia. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi pariwisata di Kampung Naga terbilang cukup unik selain mencerminkan adat budaya bahasa lokal (Basa Sunda) yang kental namun mereka khususnya pramuwisata mampu berkomunikasi dan memahami bahasa asing seperti bahasa Inggris dan bahasa Belanda. Dalam pengembangan komunikasi untuk promosi di sektor pariwisata adanya beberapa pihak dari kelembagaan pramuwisata setempat serta pemerintah yang mana Kampung Adat Naga sendiri sudah menjadi situs budaya yang harus dikembangkan secara domestik maupun internasional. Ditinjau dari beberapa media yang mempromosikan Kampung Adat Naga lebih banyak menggunakan Bahasa Indonesia. Namun, Kampung Naga sendiri menyatakan tidak mempromosikan seperti itu akan tetapi alat promosi Kampung Naga

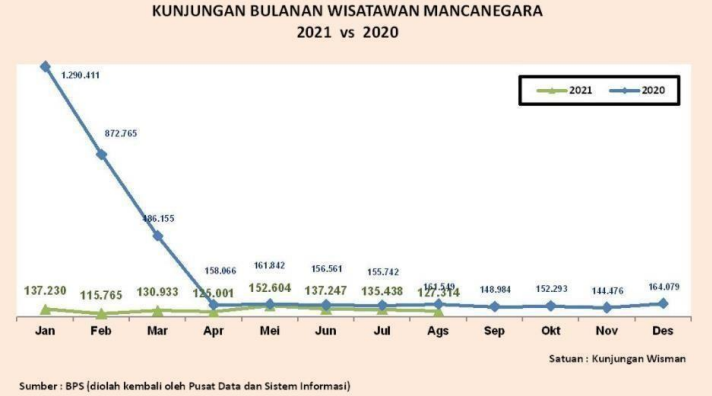
terbilang unik dengan memberikan *experience* kepada wisatawan dari segi sumber daya alam dan manusia. Komunikasi yang dilakukan secara tatap muka memiliki kualitas yang lebih baik daripada menggunakan media komunikasi, karena kecil kemungkinan terjadinya perbedaan pemahaman antara individu (Saraswati, 2014).

Menilik dari segi komunikasi salah satu polemiknnya ialah komunikasi dengan wisatawan asing. Berkembangnya pariwisita di Indonesia terutama pada pedesaan dapat menarik minat wisatawan mancanegara. Salah satu faktor keberhasilan dalam mengelola wisata adalah komunikasi dari Pramuwisata terlebihnya dalam mengelola hubungan insani, menghindari konflik, mengurangi ketidakpastian sesuatu dan berbagai pengetahuan dan pengalaman dengan pihak yang terjalin komunikasi. Komunikasi Interpersonal Menurut Roger dalam Arni (2009:176) keterikatan secara interpersonal akan efektif jika komunikator dan dalam kondisi berikut: a. bertemu secara personal atau tatap muka (kehadiran fisik), b. Memahami secara tepat satu sama lain untuk membangun kedekatan (empati dan berarti), c. Memiliki sifat positif tanpa menilai atau keberatan (menghargai satu sama lain), d. Menerima sesama dan menghayati pengalaman dengan kesungguhan, e. Menjaga keterbukaan untuk mendukung dan mengurangi kesalahpahaman dalam berkomunikasi, dan f. Namun menurut Joseph A. DeVito (2011) Komunikasi interpersonal terbilang efektif secara pendekatan humanistik karakteristik komunikasi interpersonal yang efektif terbagi menjadi lima yakni keterbukaan (*openness*), empati (*emphaty*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif *(positiveness*), dan kesetaraan (*equality*). Perspektif humanistik digunakan sebagai acuan untuk melihat implementasi komunikasi interpersonal dalam melayani wisatawan. Pelayanan pramuwisata Kampung Naga mempunyai cara-cara unik, selain budaya Sunda yang mereka anut sangat kuat namun mereka mampu menciptakan sisi keterbukaan, empati, saling mendukung, sifat positif, serta kesetaraan. Ditinjau dari hal tersebut tidak mudah bagi pramuwisata terutama lingkup *Locar Tour* mampu berinteraksi dengan beragam karakter secara spesifik yaitu wisatawan asing. Komunikasi yang diterapkan oleh seorang pramuwisata Kampung Naga dapat menjadi penentu terhadap wisatawan asing yang

datang berkunjung ke sebuah kawasan itu puas. Tindakan ini menyediakan informasi bagi wisatawan kemana mereka bisa pergi, bagaimana bisa sampai kesana, apa yang bisa dilihat, dan apa yang harus dilakukan untuk menikmati itu semua. Tindakan ini juga meliputi keramahtamahan, berpengetahuan luas, dan peduli pada wisatawan sebagai bagian dari seluruh kegiatan melayani wisatawan, sehingga hal tersebut akan membuat wisatawan asing terus berdatangan lagi ke Kampung Naga. Heri, salah satu pramuwisata Kampung Naga mengatakan dalam wawancara (9/10/21) bahwa pelayanan terhadap wisatawan asing harus antusias dengan apa yang mereka ketahui atau hal yang melekat seperti budaya Sunda harus tetap terbawa. Komunikasi yang efektif antara pramuwisata dan wisatawan asing mendorong tercapainya pelayanan yang efektif, terutama wisatawan asing akan merasa adanya sesuatu yang berbeda dengan demikian beberapa hal yang mana bisa terwujud proses komunikasi yang efektif baru. Dalam sebuah komunikasi interpersonal memahami dan menerima satu sama lain, serta membuat waktu yang ada menjadi berharga dan dapat dinikmati diartikan proses komunikasi yang terjadi untuk berinteraksi sekaligus sebagai wadah untuk perjalanan pariwisata daalam tersebut, apa yang terjadi jika sebuah komunikasi tidak efektif tentu akan mempengaruhi interaksi pihak yang dituju. Saat ini pariwisata di sekeliling kita dibilang sedikit kekurangan pemangku pariwisata (pramuwisata) yang tidak memenuhi syarat dikarenakan begitu banyak faktor yang mempengaruhinya. Namun, komunikasi tidak luput dari suatu hambatan yang tidak bisa dihindari namun dapat diminimalisir. Salah satu kendala yang dihadapi oleh pramuwisata yaitu ketika berkomunikasi dengan wisatawan asing yakni, seringkali dihadapkan dengan bahasa, aturan, maupun nilai-nilai yang berbeda. Maka dari itu perlu untuk mengoptimalkan peran komunikasi pramuwisata, yang terpenting dalam penerapan komunikasi ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu terhadap komunikan. Dampak yang ditimbulkan dapat diklasifikasikan berdasarkan kadarnya yaitu dampak kognitif merupakan hal yang berhubungan dengan pengetahuan faktual yang empiris, dampak afektif yakni berkenaan dengan perasaan, sedangkan dampak yang berkenaan dengan perilaku. Di Indonesia banyak warga yang mempelajari bahasa asing yaitu bahasa Inggris dikarenakan bahasa global yang dipergunakan untuk berkomunikasi

secara internasional dan merupakan bahasa internasional ialah bahasa Inggris. Bahasa Internasional ini tidak hanya diperlukan untuk penyesuaian atau mengikuti keadaan secara global, melainkan menjadi gerbang dalam mengasah ilmu pengetahuan. Kemampuan berkomunikasi menggunakan bahasa target merupakan tujuan utama pembelajaran bahasa asing. Soler (Sugeng Susilo & Zulfikar, 2017). Namun, hal itu pula dipandang menjadi masalah utama dalam pembelajaran bahasa asing menggunakan bahasa target. Ditinjau saat berwawancara dengan salah satu Pramuwisata Kampung Adat Naga, pengunjung mancanegara yang berkunjung ke Kampung Naga dominan penduduk Eropa. Hal tersebut membuat Pramuwisata Kampung Naga dituntut untuk mempunyai kemampuan berkomunikasi interpersonal dengan lawan bicaranya selain berkomunikasi menggunakan bahasa ibu adanya tuntutan pula menguasai bahasa asing. Perkembangan dunia pariwisata semakin berkembang pesat dan banyak sekali wisatawan yang berdatangan, penguasaan bahasa asing pun menjadi sebuah tuntutan. Kemampuan berbahasa asing merupakan prasyaratmutlak bagi para pramuwisata dalam melayani wisatawan asing. Heri, salah satu pramuwisata Kampung Naga mengatakan dalam wawancara (9/10/21) bahwa pembelajaran Bahasa Asing khususnya Bahasa Inggris sudah dilakukan oleh pramuwisata lainnya dikarenakan untuk kepentingan *guiding* bagi para tamu mancanegara. Adapun menurut pramuwisata Kampung Naga yang lain, Habib menuturkan, adanya pembelajaran bahasa Inggris secara otodidak dan pelatihan oleh beberapa Pramuwisata guna untuk berkomunikasi dengan pengunjung mancanegara.

Namun sejak adanya Covid-19, kegiatan sektor pariwisata mengalami penurunan tajam. Banyak sekali macam wisata di Indonesia ditutup sementara akibat Covid-19 ini. Pada Gambar 1.1 merupakan penyebaran Covid-19 membuat wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia berkurang signifikan.



Gambar 1.1 Data Kunjungan Bulanan Wisatawan di Indonesia

Sumber: Kemenparekraf.go.id

Dilansir dari AYOJAKARTA.COM pada tanggal 11/8/20, Ucu Suherlin selaku juru bicara Kampung Naga menuturkan, pasca menyebarnya Covid-19 pada Maret lalu, Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya menutup aktivitas kunjungan ke Kampung Naga. Dimana berimbas pada warung dan *guide*. Pandemi Covid-19 ini mengakibatkan setidaknya 90 persen kunjungan wisata sekarat.

Sejak awal 2020 Heri Permana (9/10/21) menjelaskan aktivitas jumlah kunjungan terhitung menurun drastis terutama wisatawan asing. Hal ini dikarenakan banyak penerbangan diberbagai negara yang lumpuh hingga menerapkan *lockdown* wilayah. Hal tersebut melumpuhkan aktivitas pariwisata. Dikarenakan pramuwisata dominan belajar bahasa Inggris secara otodidak melalui internet maupun mengandalkan kemampuan dari hasil pendidikan yang pernah didapat. Ditinjau bahwa Kampung Naga letaknya berada di gawir (lembah), berlatar pendidikan yang berbeda, tidak terpaut usia, dan kampung tanpa listrik dimana hal itu merupakan sebuah *effort* bagi pramuwisata Namun, apabila pariwisata lumpuh dan wisatawan asing tak lagi berkunjung adanya penurunan pembelajaran interaksi komunikasi serta penguasaan bahasa asing bagi pramuwisata karena tidak lagi adanya kontak langsung maupun interaksi terlebihnya disaat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan sempat tutup sementara guna meminimalisir penyebaran Covid-19. Sebelum pandemi Heri, salah satu pramuwisata Kampung Naga mengatakan dalam wawancara (9/10/21) bahwa adanya hubungan timbal balik wisatawan mancanegara dalam kemampuan berkomunikasi secara interpersonal walaupun terbilang cukup sederhana

(basic) hal tersebut mampu meningkatkan kemajuan pramuwisata untuk berani berbicara tanpa mengkhawatirkan tingkat kemampuan untuk berkomunnikasi. Dimana hal tersebut membuahkan *repeat order* untuk memberi *engagement* hanya karena komunikasi yang terjalin meskipun hanya percakapan sederhana tetapi dapat dipahami. Setelah pandemi menyerang dikarenakan tidak adanya wisatawan asing yang berkunjung, hal tersebut menjadi penurunan kualitas sumber daya manusia dalam berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara menjadi kaku kembali. Penurunan drastis ini diakibatkan tidak terlatih kembali dalam berinteraksi dengan lawan bicara.

Pandemi Covid-19 tidak menjadi kendala Indonesia untuk terus menuntut sektor pariwisata bangkit kembali. Tuntutan berkembangnya sektor pariwisata sudah ada sejak dulu Tanggung jawab pemimpin negara Indonesia dalam menjalankan kebijakan pariwisata untuk kesejahteraan bangsa Indonesia. Tanggung jawab ini sudah ada bersamaan dibentuknya darma Presiden RI Nomor 16 tahun 2005 mengenai kebijakan pembangunan Bidang Pariwisata Indonesia, Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 mengenai kepariwisataan ataupun peraturan pemerintah RI Nomor 50 Tahun 2011 terkait program utama pembangunan kepariwisataan Nasional pada tahun 2010-2025. pemimpin negara indonesia memiliki tanggung jawab mengukuhkan pariwisata sebagai prioritas pembangunan bangsa Indonesia. Pentingnya tanggung jawab sektor pariwisata ini diposisikan dalam kedudukan dari 16 kementerian dan empat lembaga negara Indonesia lainnya. Kemenparekraf/Baparekraf melakukan langkah-langkah untuk menyelamatkan pariwisata Indonesia yang terpuruk dalam tiga fase yaitu Tanggap Darurat, Pemulihan, dan Normalisasi. Dilansir dari artikel kepariwisataan oleh Binus Tourism adanya empat pilar yang tidak bisa dipisahkan yakni destinasi yang menjadikannya wisata nasional maupun internasional yang berkelanjutan, pemasaran yang mampu memajukan rangking Indonesia dalam pasar internasional, industri kepariwisataan sebagai pilar untuk aktivitas wisata yang tidak hanya memberikan keuntungan dan ekonomi namun juga memberikan manfaat bagi masyarakat setempat, serta kelembagaan. Dapat diketahui dalam kelembagaan tersebut diharuskan menumbuh kembangkan suatu sistem yang ditopang oleh sumber daya manusia yang kompeten. Empat pilar tersebut tidak bisa berdiri sendiri dikarenakan

adanya hubungan yang saling berpengaruh. Keberlanjutan dari pariwisata itu sendiri perlu diperhatikan bahwa saat ini jumlah wisatawan masih menjadi parameter suksesnya pariwisata. Jika tidak mempersiapkan sumber daya manusia yang kompeten maka hal tersebut sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pariwisata.

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah memberikan pelatihan pada beberapa pemangku kepentingan pariwisata. Namun, hal tersebut dinilai masih kurang dikarenakan tidak meratanya pelatihan dan lebih pada stabiltas ekonomi bukan kebutuhan kualitas pemangku pariwisata. Solusi yang dilakukan pramuwisata di Kampung Naga adanya pelatihan oleh seseorang pramuwisata dengan tingkat pendidikan yang tinggi untuk meningkatkan kualitas pelayanan terutama komunikasi. Perlu adanya perhatian serta pemahaman dari pihak lainnya bahwasanya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan asing perlu meningkatkan kualitas layanan yang tidak bisa ditiadakan. Seseorang tidak akan mengerti apa yang dituntut orang lain jika seseorang tidak dapat berbicara dengan orang lain dengan cara mereka sendiri. Jadi, sangatpenting bagi seseorang untuk mengetahui kompetensi komunikasi yang efektif saat berbicara. Dalam hal memandu yang berkaitan dengan aspek-aspek humanistik, peranan bahasa, dapat meningkatkan keterampilan yang efektif dan dapat mengembangkan kepuasan wisatawan dan menguasai manajemen yang efektif dalam industri pariwisata. Penelitian ini adanya kolerasi dengan penelitian terdahulu Nawar Al-Saadi mengenai pentingnya bahasa Inggris sebagai *foreign language* untuk mengembangkan minat pariwisata dimana adanya peran bahasa sebagai salah satu faktor penting dalam komunikasi interpersonal agar pariwisata terus berkembang.

Article	Nature of study	Study method	Key finding (s)
Barker (2008)	Non Empirical	N/A	Organizational management relates to cultures. Language plays important roles since language is a part of cultures.
Barlas *et al.* (2002)	Non Empirical	N/A	Language is listed as one of the organizational core Competencies.
Batt (2008)	Empirical	Case Study	Strong communication skill in English is a must for Management. Otherwise, it will be a cause of losing money and business.
Collins (1994)	Empirical	Survey	Language is a vital factor in management.
Crytal (1989)	Non Empirical	N/A	Language competence leads to customer satisfaction. Thus, must pay more attention on language.
Davies (2000)	Empirical	Survey	Language is considered the most relevant to management. Particularly, it plays roles both internal and external communication.
Leslie & Russel (2006)	Empirical	Survey	Foreign language is considered important for tourism . It brings about understanding of external communication. Need to have available foreign language skills so as to support better interrelationships.
Sullivan (1988)	Empirical	Survey	Language reduces worker uncertainty, plays roles in Tourism management, and brings understanding of good tourism management.

Gambar 1.2 Importance Language in The Development of Tourism Articles

Sumber: Artikel ResearchGate

Menurut Jurnal internasional oleh Nawar Al-Saadi mengemukakan adanya kebutuhan keterampilan berbahasa asing yang telah dikaji dalam beberapa literatur yang berkesinambungan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan, kemampuan guna meningkatkan dan menjaga kompetensi kebahasaan, kemampuan menarik minat wisatawan mancanegara, kemampuan memahami kebudayaan, serta menciptakan kemampuan komunikasi secara internal dan eksternal yang efektif.

Tidak hanya itu, penelitian pendukung lainnya dari Shifa Paramitha & Gde Indra Bhaskara (2020) dari Universitas Udayana, Bali yang berjudul "Pengembangan Pariwisata Di Kampung Naga, Tasikmalaya, Jawa Barat", penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kawasan penelitian yang sama yaitu di Kampung Naga. Hasil dari penelitian tersebut yaitu untuk konsep pengembangan, promosi, kawasan, budaya pariwisata di Kampung Naga. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penulis yaitu menggunakan metode kualitatif. Fenomena yang didapat yaitu menganalisis pariwisata. Namun, pada penelitian ini mencari celah bahasan pada kelembagaan terutama dalam bidang pariwisata memandu wisatawan asing sebelum dan selama pandemi beserta hambatan dalam berkomunikasi menggunakan perspektif humanistik komunikasi interpersonal oleh Joseph A DeVito dengan konsep interaksi simbolik sedangkan penelitian sebelumnya menjelaskan sisi kelembagaan dan hambatan dimana

ada keterlibatan dalam konsep pengembangan promosi pariwisata dalam fasilitas, kawasan, serta atraksi dan perkembangan kelembagaan menggunakan *Tourism Area Life Cycle* (TALC) tidak fokus pada sumber daya manusia pramuwisata Kampung Naga.

Adapun penelitian oleh Purwaningsih yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Candi Prambanan" memaparkan bahwa adanya keterikatan antara kemampuan berkomunikasi khususnya dalam berbahasa verbal yang ditinjau dari ujaran, wacana, gestur tubuh dan aspek-aspek lainnya yang mana difokuskan pada kemampuan berbahasa verbal, kepuasan wisatawan dan motivasi untuk *repeat order*. Dapat diketahui pramuwisata yang mempunyai *skill* berbahasa verbal akan mempengaruhi wisatawan khususnya pada suatu tempat yang memiliki budaya dan adat atau sebuah peninggalan dimana berbahasa menjadi modal penting karena tidak semudah yang dibayangkan bila berkomunikasi secara interpersonal dengan wisatawan mancanegara khusunya. Penulismencari celah karena hidup sehari-hari tidak lepas dari komunikasi maka akan ditinjau hambatan dari berbahasa yang mana akan berdampak pada pelayanan wisatawan di Kampung Naga.

Menurut beberapa jurnal yang telah dilakukan oleh peneliti lainnya dalam bidang pramuwisata, penulis mencoba melakukan investigasi yang berfokus pada komunikasi interpersonal Pramuwisata Kampung Naga terhadap wisatawan asing dalam komunikasi interpersonal dan hambatan berbahasa, mengingat bahasa adalah modal penting untuk pramuwisata dalam berkomunikasi. Berbeda dengan kondisi disaat penelitian terdahulu belum munculnya pandemi Covid- 19 yang mana lingkungan mempunyai relasi terhadap kelompok maupun masyarakat dalam bidang pariwisata yang mana suatu aktivitas yang melibatkan masyarakat, sehingga berdampak terhadap masyarakat setempat. Bahkan pariwisata memiliki pengaruh yang luar biasa, yang mampu menggiring masyarakat sekitar mendapati metamoforposis dalam berbagai aspeknya. (Ninla Elmawati Flabiba, 2019).

Urgensi penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan komunikasi interpersonal data mengenai pramuwisata dalam mengelola hubungan dalam perspektif humanistik

menggunakan paradigma interpretatif dan pendekatan kualitatif. Melalui wawancara serta didukung oleh data beberapa jurnal maupun skripsi untuk pengumpulan data dengan menggunakan teknik *sampling purposive*. Penelitian ini didapatkan karena lumpuhnya pariwisata akibat dari pandemi yang mempengaruhi terhadap pelaku wisata, khususnya pramuwisata dalam kepentingan komunikasi dan berbahasa mengingat pariwisata merupakan sektor penting untuk penerimaan devisa serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Penulis akan mengulik lebih dalam mengenai komunikasi secara interpersonal dan hambatan dalam berbahasa serta lingkungan maka di suatu daerah yang memiliki potensi dasar pariwiwsata akan mudah berkembang terutama pada lingkup *Local Tour* meskipun adanya keterbatasan dalam sumber daya manusia maka diperlukan data maupun referensi untuk pemantauan sumber daya manusia oleh pihak berwenang terutama dalam melayani wisatawan asing guna memberikan pengalaman positif meskipun lingkup *Local Tour* tidak terlalu membutuhkan bahasa asing dibandingkan *Overland* dan *City Tour* namun perlu diingat meskipun Kampung Naga berada di bawah wewenang Organisasi Perangkat Daerah dan Dinas Pendidikan Kabupaten Tasikmalaya (Amanah, 2018) tetapi masyarakat lokal mempunyai kontribusi paling besar terutama dalam melayani wisatawan asing. Tenaga kerja lokal dalam sektor pariwisata di Kampung Naga adalah masyarakat yang terhimpun di Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), pengurus HIPANA di Kampung Naga merupakan suruhan dari Ketua Adat Kampung Naga. Awalnya, suruhan tersebut dilakukan untuk mencegah wisatawan yang berkunjung melakukan tindakan yang melanggar aturan adat di Kampung Naga. Sehingga saat ini seluruh masyarakat Kampung Naga yang memiliki pengetahuan mengenai sejarah Kampung Naga serta memahami aturan-aturan adatnya, dapat pramuwisata di Kampung Naga. Kompetensi tenaga kerja lokal belum menjadi hal yang penting untuk menjadi pekerja di sektor pariwisata di Kampung Naga, melainkan tenaga kerja wajib dari masyarakat lokal di Kampung Naga. Meskipun masyarakat yang berkecimpung di sektor pariwisata di Kampung Naga memang dalam tahap perkembangan dalam segi kualitas sumber daya manusia karena masyarakat tersebut belajar secara otodidak dengan salah satu faktor pendidikan.

Penelitian ini adalah untuk bahan evaluasi dan referensi terutama bagi para

pramuwisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam bidang komunikasi, serta memperbanyak wawasan para pembaca dan pihak lain dalam bidang pariwisata. Hasil analisis dalam penelitian ini akan dipaparkan dalam bentuk penjelasan dari hasil *Focus Discussion Group* bersama pihak pelaku wisata, HIPANA (Himpunan Pramuwisata Kampung Naga).

Dari uraian permasalahan diatas maka diperlukan sebuah analisis hambatan berbahasa atau hambatan pendukung dan komunikasi interpersonal pramuwisata dan wisatawan asing di Kampung Naga sebelum dan selama pandemi. Sehingga penulis mengambil judul "Komunikasi Interpersonal Pramuwisata Kampung Naga Terhadap Wisatawan Asing".

1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang dapat disimpulkan agar analisis tidak menyimpang dari yang diharapkan, maka permasalahan difokuskan pada:

1. Pemeaparan deksriptif komunikasi interpersonal Pramuwisata di Kampung Naga terhadap wisatawan asing.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian, pandemi berdampak pada penurunan wisatawan domestik maupun asing dimana komunikasi interpersonal semakin merenggang. Maka dapat diidentifikasi sebagai berikut:

2. Bagaimana komunikasi interpersonal di Kampung Nagadengan wisatawan asing dari perspektif humanistik?
3. Hambatan apa saja yang bisa terjadi saat berkomunikasi dengan wisatawan asing?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari serangkaian identifikasi masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Komunikasi interpersonal menurut perspektif humanistik antara Pramuwisata Kampung Naga dengan wisatawan asing.
2. Evaluasi hambatan komunikasi interpersonal Pramuwisata di Kampung Naga dengan wisatawan asing.

1.4 Manfaat Penelitian

1.5.1 Signifikasi Akademis

Penulis berambisi dengan adanya penelitian ini dapat menyumbangkan pemikiran bagi pihak pemangku pariwisata secara spesifik pada pihak Kampung Naga yang terus berkembang dalam mempersiapkan pramuwisata pandai berkomunikasi yang secara tidak langsung dapat meningkatkan laju pariwisata dari segi jumlah pengunjung di Kampung Naga.

1.5.2 Signifikasi Praktis

Penulis berambisi dengan adanya penelitian ini dapat dipergunakan sebagai target evaluasi dan referensi terutama teruntuk para pramuwisata serta pihak pemerintah yang berwenang agar lebih memantau kesiapan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam bidang komunikasi terutama dalam menghadapi wisatawan mancanegara, menambah keilmuan dan wawasan para pembaca serta pihak-pihak lain dalam sektor pariwisata.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Agustus				September				Oktober					November				Desember			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Persiapan Penelitian	■																				
2	Penelitian Pendahuluan		■	■																		
3	Seminar Judul				■	■																
4	Penyusunan Proposal						■	■														
5	Seminar Proposal								■	■												
6	Pengumpulan Data										■	■	■									
7	Pengolahan dan Analisa Data													■	■							
8	Seminar Hasil															■	■					
9	Ujian Skripsi																	■	■			
10	Perbaikan																			■	■	
11	Penyerahan Laporan																					■