

## **Komunikasi interpersonal pramuwisata dalam memberikan informasi kepada wisatawan di kota Palembang**

**Fildzah Bahirah Yuisman<sup>1</sup>, Desy Misnawati<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Ilmu Komunikasi, Sosial Humaniora, Bina Darma, Palembang, Indonesia.

*fildzahbhrh2@gmail.com<sup>1</sup>, desy\_misnawati@binadarma.ac.id<sup>2</sup>*

### **ABSTRACT**

*This study aims to explore how interpersonal communication is carried out by tour guides in providing information to tourists in Palembang City. The research uses a qualitative approach with data collection methods including in-depth interviews, observation, and documentation involving five informants, consisting of three tour guides and two tourists. This study applies George Herbert Mead's Symbolic Interactionism theory, which includes the elements of Self, Mind, and Society. The findings indicate that the interpersonal communication conducted by tour guides not only serves to convey information but also functions to build social relationships with tourists. These interactions occur in various situations with local tourists, out-of-town visitors, and religious tour groups where differences in social background, age, and travel purpose influence the way communication takes place.*

**Keywords :** *Tour Guides, Interpersonal Communication, Symbolic Interactionism, Tourist.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pramuwisata dalam memberikan informasi kepada wisatawan di Kota Palembang. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap lima orang informan, terdiri dari tiga orang pramuwisata dan dua orang wisatawan. Penelitian ini menggunakan teori Interaksi Simbolik dari George Herbert Mead yang mencakup unsur Self (diri), Mind (pikiran), dan Society (masyarakat). Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan pramuwisata tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan sosial dengan wisatawan. Interaksi ini terjadi dalam berbagai situasi, baik dengan wisatawan lokal, luar kota, maupun rombongan wisata religi, di mana perbedaan latar belakang sosial, usia, serta tujuan wisata memengaruhi cara komunikasi berlangsung.

**Kata kunci :** Pramuwisata, Komunikasi Interpersonal, Interaksi Simbolik, Wisatawan.

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata di Kota Palembang mempunyai objek wisata yang menjanjikan (Liana, 2017). Beragam daya tarik, seperti sejarah Kesultanan Palembang, kekayaan budaya lokal, hingga keindahan ikon kota seperti Jembatan Ampera dan Sungai Musi, menjadi magnet bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun, pemahaman wisatawan terhadap nilai-nilai historis, budaya, dan sosial dari destinasi-destinasi tersebut sering kali masih terbatas. Disitulah pramuwisata memiliki peran besar dalam rangka mendorong kemajuan pariwisata (Lubis, 2019).

Pramuwisata memiliki peran sebagai perantara komunikasi yang dapat membantu wisatawan dengan menyampaikan makna mendalam dari pengalaman

pramuwisata itu sendiri. Tetapi, keberhasilan komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh pramuwisata tidak hanya bergantung pada kemampuan menyampaikan informasi, tetapi juga pada bagaimana informasi tersebut dapat diadaptasi dan diterjemahkan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan wisatawan. Menurut Rusmiati (2022), Pramuwisata tidak hanya bertindak sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai mediator yang membentuk interpretasi dan pengalaman wisatawan. Pramuwisata harus memiliki kemampuan berbicara atau public speaking sebesar 50 persen, memahami teknik memandu wisatawan dan menangani komplain sebesar 30 persen, serta pengetahuan tentang destinasi wisata di Palembang sebesar 20 persen (Nadiar, 2024).

Wisatawan yang berasal dari latar belakang budaya, bahasa, dan pengalaman yang berbeda memerlukan pendekatan komunikasi yang fleksibel. Pramuwisata yang mampu mengadopsi komunikasi interpersonal yang efektif akan lebih mampu menjalin hubungan yang baik dengan wisatawan dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang destinasi (Herienda et al., 2024). Hal ini penting mengingat komunikasi interpersonal yang dilakukan secara efektif dapat menjadi salah satu kunci dalam menciptakan pengalaman wisata yang mendalam dan bermakna, terutama di kota Palembang yang kaya akan nilai sejarah dan budaya.

Komunikasi Interpersonal yang diterapkan juga harus mempertimbangkan berbagai tantangan yang dihadapi oleh pemandu wisata. Misalnya, keterbatasan waktu dalam menyampaikan informasi, keragaman profil wisatawan, hingga cara menyampaikan informasi yang dapat menarik perhatian wisatawan tanpa mengurangi nilai historis dan budaya dari destinasi tersebut. Dengan mengembangkan strategi komunikasi yang lebih baik, pariwisata Palembang dapat berkontribusi lebih besar terhadap penguatan citra kota sebagai destinasi wisata budaya dan sejarah yang kompetitif, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Hal ini sejalan dengan teori interaksi simbolik yang menekankan pentingnya proses komunikasi dalam membentuk makna melalui simbol-simbol yang dipertukarkan dalam interaksi sosial (Derung, 2017). Melalui narasi, gestur, dan cara penyampaian informasi, pramuwisata menciptakan pengalaman bermakna yang dapat memperkaya perspektif wisatawan tentang destinasi yang dikunjungi. Dengan menekankan pentingnya teori interaksi simbolik, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengeksplorasi hubungan antara komunikasi, pengalaman wisata, dan pemahaman wisatawan di berbagai destinasi.

Komunikasi Interpersonal yang diterapkan oleh pramuwisata dalam memberikan informasi kepada wisatawan terhadap wisata di Palembang masih menjadi pertanyaan yang relevan untuk diteliti. Mengingat pentingnya aspek komunikasi dalam interaksi wisata, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh pramuwisata di Kota Palembang, dalam memberikan informasi sehingga meningkatkan pemahaman wisatawan terhadap destinasi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti aspek komunikasi dalam aktivitas pemanduan wisata. Misalnya, penelitian oleh Herienda et al. (2024)

membahas kemampuan komunikasi bahasa Inggris pemandu wisata di Taman Mini Indonesia Indah, sementara Rahmawati & Meisyanti (2023) meneliti strategi komunikasi pemandu wisata trekking di Sentul, Bogor. Kedua penelitian tersebut menunjukkan pentingnya komunikasi dalam membangun pengalaman wisatawan, namun lebih fokus pada aspek kemampuan bahasa asing dan strategi pesan.

Berdasarkan kajian tersebut, dapat diketahui bahwa penelitian tentang komunikasi interpersonal pramuwisata dengan pendekatan teori interaksi simbolik khususnya di Kota Palembang masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut serta memberikan gambaran mengenai proses komunikasi interpersonal yang terjadi antara pramuwisata dan wisatawan dalam konteks lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi di sektor pariwisata, khususnya terkait peningkatan pengalaman wisatawan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis bermaksud mengambil judul **“Komunikasi Interpersonal Pramuwisata Dalam Memberikan Informasi Kepada Wisatawan di Kota Palembang”**.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami komunikasi interpersonal pramuwisata dalam menyampaikan informasi kepada wisatawan di Kota Palembang. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna di balik proses interaksi dan simbol yang digunakan dalam komunikasi antarpribadi. Subjek penelitian adalah pramuwisata freelance yang tergabung dalam Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Kota Palembang, serta wisatawan yang pernah berinteraksi langsung dengan mereka. Pramuwisata dipilih karena mereka memiliki pengalaman mendalam dalam berkomunikasi langsung dengan wisatawan, sedangkan wisatawan sebagai informan pendukung memberikan perspektif terhadap efektivitas komunikasi yang terjadi. Objek penelitiannya yaitu bentuk komunikasi interpersonal yang digunakan pramuwisata dalam menyampaikan informasi, baik secara verbal maupun nonverbal, kepada wisatawan. Komunikasi ini berkaitan dengan penyampaian sejarah, budaya, dan nilai-nilai lokal di destinasi wisata Palembang. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, wawancara dan observasi langsung selama proses *guiding*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis interaktif Miles dan Huberman, yang mencakup tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Bentuk Komunikasi Verbal Pramuwisata dalam Perspektif Interaksi Simbolik (*Mind*)**

Dalam teori Interaksi Simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead, *mind* terbentuk melalui proses interaksi sosial yang berlangsung menggunakan simbol-simbol, salah satunya adalah bahasa verbal (Afriani et al., 2022:249). Melalui

komunikasi verbal, individu dapat mengungkapkan maksud, menyampaikan informasi, mempengaruhi, memahami perspektif orang lain dalam suatu interaksi.

Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa pramuwisata di Kota Palembang menjadikan komunikasi verbal sebagai sarana utama dalam menyampaikan informasi kepada wisatawan. Proses penyampaian dilakukan baik saat perjalanan di dalam bus maupun ketika berada langsung di lokasi destinasi. Informasi yang diberikan mencakup sejarah, legenda, hingga deskripsi destinasi, disesuaikan dengan rute perjalanan yang telah ditentukan. Penyampaian ini tidak hanya menyampaikan informasi kepada wisatawan mengenai sejarah, budaya dan detail wisata secara lisan, tetapi juga melewati proses seperti memahami situasi wisatawan, memilih diksi yang sesuai, serta menyesuaikan cara berbicara agar mudah dipahami.

*Mind* sebagai aktivitas berpikir tampak ketika pramuwisata dalam penelitian ini juga memanfaatkan variasi intonasi, penekanan kata, dan gaya bertutur yang disesuaikan dengan situasi, seperti menyisipkan humor ringan untuk mengatasi kejenuhan wisatawan saat perjalanan panjang atau saat waktu kunjungan mendekati jam makan siang. Teknik ini merupakan bentuk adaptasi komunikasi verbal yang tidak sekadar menyampaikan informasi secara kaku, melainkan juga berorientasi pada membangun kenyamanan suasana interaksi.

Dalam guiding wisata, simbol-simbol verbal seperti kata-kata khas Palembang, istilah sejarah, atau nama tokoh budaya, menjadi medium yang digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai lokal. Melalui penjelasan yang komunikatif, simbol-simbol ini dipahami secara bersama oleh pramuwisata dan wisatawan, sehingga terbentuk makna bersama atas pengalaman yang sedang dijalani. Hal ini merupakan salah satu bentuk *mind*, bahwa pikiran mempunyai kemampuan untuk memunculkan dalam dirinya sendiri tidak hanya satu respon saja, tetapi juga respon komunitas secara keseluruhan (Mead dalam Derung, 2017:123)

Peneliti juga menemukan bahwa kemampuan verbal pramuwisata bukan hanya diukur dari kelengkapan materi yang disampaikan, tetapi juga dari cara mereka membangun kedekatan emosional melalui obrolan santai, guyonan ringan, dan diskusi informal selama perjalanan. Dengan demikian, *mind* dalam komunikasi yang dilakukan pramuwisata bukan semata-mata sebagai sarana bertukar informasi, melainkan juga sebagai alat membangun komunikasi interpersonal, memperkuat bonding antara pramuwisata dan wisatawan, serta menjaga suasana perjalanan tetap kondusif.

Temuan ini sejalan dengan konsep *mind* dalam teori Interaksi Simbolik Mead dalam (Fitriani & Yuliani, 2025:42) yang menyatakan bahwa konsep *mind* merujuk pada kemampuan individu dalam melakukan percakapan internal dan memproses simbol-simbol budaya dalam interaksi. Ketika wisatawan mampu menangkap makna dari informasi yang disampaikan pramuwisata melalui bahasa yang komunikatif, maka akan tercipta proses komunikasi interpersonal yang efektif dan bermakna. Sebaliknya, apabila komunikasi verbal bersifat monoton, minim variasi, atau tidak disesuaikan dengan karakter wisatawan, maka interaksi akan bersifat satu arah dan berpotensi mengurangi kepuasan wisatawan terhadap layanan guiding.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi verbal berperan sangat penting dalam guiding wisata, tidak hanya sebagai media menyampaikan informasi tetapi juga sebagai alat pembangun suasana, komunikasi interpersonal, serta pembentuk pengalaman sosial yang menyenangkan bagi wisatawan. Penerapan *language* sebagai bagian dari *mind* dalam Interaksi Simbolik di sini terbukti menjadi fondasi utama terciptanya komunikasi efektif di lingkungan guiding wisata di Kota Palembang.

### **Bentuk Komunikasi Nonverbal Pramuwisata dalam Perspektif Interaksi Simbolik (*Mind*)**

Berdasarkan teori Interaksi Simbolik dari George Herbert Mead dalam (Siregar, 2016:104), unsur *Mind* berkaitan erat dengan kemampuan manusia menggunakan simbol dalam berinteraksi dengan makna yang sama, dalam hal komunikasi pramuwisata dan wisatawan, pramuwisata menggunakan komunikasi interpersonal seperti bahasa verbal dan nonverbal, gestur yang dimaknai bersama dalam suatu proses komunikasi. Gestur berfungsi menyampaikan pesan tersirat, memperkuat makna pesan verbal, serta membangun nuansa emosional dalam komunikasi antarindividu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam aktivitas guiding wisata di Palembang, komunikasi nonverbal memegang peran penting dalam membantu pramuwisata menyampaikan informasi. Gestur tangan kerap digunakan saat menunjuk lokasi atau benda penting sepanjang perjalanan maupun di area wisata. Selain itu, variasi intonasi suara serta ekspresi wajah, seperti senyum dan tatapan antusias, menjadi teknik nonverbal yang efektif untuk menarik perhatian wisatawan, terutama saat menjelaskan informasi sejarah atau fakta budaya yang berpotensi membosankan jika disampaikan secara monoton.

Pramuwisata dalam penelitian ini juga memanfaatkan ekspresi tubuh untuk mendukung penjelasan konsep atau fenomena yang sulit divisualisasikan. Sebagai contoh, saat menjelaskan sejarah jembatan Ampera yang dulunya dapat diangkat ke atas, pramuwisata menggunakan gerakan tangan secara vertikal dan horizontal agar wisatawan dapat membayangkan mekanisme tersebut. Praktik ini menunjukkan adanya *conversation of gesture* (*mind*) yang secara simbolik menciptakan makna bersama antara pemandu dan wisatawan, meskipun tanpa penjelasan verbal yang panjang.

Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter dalam (Gantiano, 2020:86) Komunikasi nonverbal adalah semua bentuk pesan yang disampaikan tanpa kata-kata, seperti gerakan, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh, yang bisa dipahami oleh orang lain dalam sebuah interaksi. Dalam konteks guiding wisata, gestur mampu memperjelas maksud pemandu, menghidupkan suasana, dan membantu wisatawan lebih fokus terhadap informasi yang disampaikan.

Berdasarkan hasil wawancara juga memperlihatkan bahwa komunikasi nonverbal digunakan untuk membangun kedekatan emosional dan mencairkan suasana. Ekspresi ramah, senyum, dan candaan ringan disertai mimik wajah yang

hidup mampu meningkatkan respons positif wisatawan, membuat mereka merasa diperhatikan, dihargai, dan nyaman selama perjalanan. Sebaliknya, kurangnya ekspresi ceria dari pemandu terbukti dapat mengurangi kesan positif wisatawan terhadap pelayanan guiding.

Hal ini sejalan dengan Dale G. Leathers dalam (Gantiano, 2020:87) yang menyatakan salah satu prinsip komunikasi verbal Komunikasi nonverbal lebih efektif dalam menyampaikan perasaan dan emosi dibandingkan dengan komunikasi verbal. Melalui gestur dan ekspresi, pemandu wisata tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membentuk pengalaman emosional yang ikut menentukan kepuasan wisatawan. Bahkan dalam situasi ketika wisatawan mulai lelah, kehilangan fokus, atau lebih tertarik dengan aktivitas pribadi seperti berfoto, *conversation of gesture* seperti ajakan bercanda dengan gerakan tangan atau perubahan mimik wajah dapat menjadi alat efektif untuk menarik kembali perhatian mereka.

Dengan demikian, *conversation of gesture* dalam guiding wisata bukan sekadar pelengkap verbal, tetapi menjadi instrumen penting dalam menciptakan komunikasi interpersonal yang efektif, atraktif, dan bermakna. Fungsinya sebagai penguat pesan verbal, penanda suasana emosional, dan media membangun relasi sosial membuktikan bahwa gestur memiliki peran strategis dalam membangun makna sosial dalam interaksi wisata berbasis budaya di Kota Palembang.

### **Penyesuaian Gaya Komunikasi Terhadap Wisatawan (*Self*)**

Dalam teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead dalam (Ahmadi, 2008:307), unsur *Self* terbentuk melalui proses interaksi sosial dan dibagi menjadi dua bagian, yakni *I* dan *Me*. *I* merupakan respons spontan individu terhadap situasi sosial, sementara *Me* adalah refleksi diri individu yang terbentuk dari norma, harapan, dan penilaian orang lain dalam lingkungan sosialnya. Keduanya berjalan dinamis dalam proses komunikasi antar manusia.

Berdasarkan hasil penelitian ini, konsep *Self* sangat terlihat dalam praktik guiding wisata di Palembang. Pramuwisata secara aktif menyesuaikan dirinya terhadap ekspektasi dan kondisi wisatawan yang beragam. Mereka menyadari bahwa karakter dan minat wisatawan berbeda-beda mulai dari anak-anak, orang dewasa, hingga lansia sehingga gaya komunikasi pun harus diatur sesuai kebutuhan situasi tersebut.

Bagian (*I*) tampak dari cara pramuwisata memberikan respons spontan terhadap situasi tak terduga saat guiding. Misalnya, ketika wisatawan mulai bosan mendengarkan informasi sejarah dan lebih memilih berfoto, pramuwisata tidak memaksa melanjutkan materi. Sebaliknya, mereka melakukan improvisasi seperti menyisipkan lelucon atau membiarkan wisatawan sejenak, lalu kembali menarik perhatian mereka dengan ice breaking atau candaan segar. Respons-respons spontan seperti ini menunjukkan adanya (*I*) yang aktif merespons kondisi sosial lapangan.

Sementara itu, bagian (*Me*) tampak dari cara pramuwisata menginternalisasi norma dan harapan wisatawan terhadap seorang pemandu. Harapan agar pemandu bersikap ramah, ekspresif, sabar, informatif, dan mampu membangun suasana

menyenangkan tercermin dalam cara para pemandu menyesuaikan nada suara, gaya bahasa, hingga gesture. Mereka menyadari bahwa kinerja guiding akan dinilai dan direspons oleh wisatawan. Hal ini mendorong pramuwisata untuk menjaga citra profesional, sekaligus memastikan wisatawan merasa nyaman dan puas.

Beberapa pemandu bahkan mengakui adanya tekanan sosial untuk tampil ekspresif dan energik, meskipun secara pribadi mereka memiliki karakter pendiam atau introvert. Keinginan untuk memenuhi standar sosial profesi pemandu wisata serta ekspektasi wisatawan mendorong mereka untuk membangun (*Me*) sebagai sosok pramuwisata yang ceria, komunikatif, dan ramah.

Kedua unsur ini bergerak secara berdampingan. Saat pramuwisata menghadapi wisatawan dengan karakter unik, ia menggunakan (*I*) untuk merespons situasi saat itu juga secara spontan, sembari tetap mempertahankan pada konsep (*Me*) sebagai gambaran diri yang diharapkan wisatawan. Misalnya, ketika ada wisatawan yang tidak fokus, pemandu langsung bereaksi dengan ajakan bercanda, namun tetap dalam batas kesopanan dan keramahan sesuai citra pemandu wisata yang baik.

Dengan demikian, unsur *Self* (*I* dan *Me*) dalam guiding wisata ini berperan penting untuk menciptakan komunikasi yang adaptif dan responsif. Keberhasilan pramuwisata mempertahankan komunikasi efektif di tengah kondisi wisatawan yang kerap berubah-ubah, sangat ditentukan oleh kemampuan mereka menyeimbangkan antara respons spontan (*I*) dan kesadaran terhadap ekspektasi sosial (*Me*).

### **Tantangan Komunikasi dalam Perspektif Interaksi Simbolik (*self*)**

Dalam teori Interaksi Simbolik yang dikembangkan oleh George Herbert Mead dalam (Ahmadi, 2008:307), unsur *Self* menggambarkan bagaimana individu membentuk kesadaran diri melalui proses interaksi sosial. *Self* terbentuk dari dua komponen utama, yaitu *I* (respon spontan, tidak terstruktur) dan *Me* (kesadaran atas norma dan harapan sosial). Dalam konteks memandu wisata, *Self* terlihat dalam cara pramuwisata memahami perannya, mengelola tantangan, dan menyesuaikan diri selama proses komunikasi dengan wisatawan. Tantangan dalam berkomunikasi muncul ketika terjadi ketidaksesuaian makna simbol yang digunakan antarindividu atau ketika proses interpretasi terhadap simbol tersebut terganggu oleh faktor eksternal maupun internal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam aktivitas guiding wisata di Palembang, terdapat beberapa tantangan dalam berkomunikasi yang dihadapi pramuwisata. Salah satu hambatan utama bersumber dari perbedaan karakter, sifat, dan latar belakang wisatawan dalam satu rombongan. Pramuwisata harus menghadapi wisatawan yang cenderung pendiam, cerewet, antusias, hingga yang pasif. Kondisi ini menuntut pramuwisata untuk cepat membaca situasi dan melakukan penyesuaian gaya komunikasi agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh semua wisatawan. Kondisi ini menuntut pramuwisata untuk mampu memahami harapan-harapan sosial wisatawan (*Me*) sekaligus menyesuaikan gaya komunikasinya secara spontan dan fleksibel sesuai situasi (*I*).

Proses ini menunjukkan bahwa pramuwisata membentuk *Self* sebagai komunikator yang adaptif terhadap berbagai tipe audiens.

Selain perbedaan karakter wisatawan, tantangan secara psikologis juga ditemukan sebagai tantangan dalam komunikasi. Beberapa pramuwisata mengalami perasaan gugup dan canggung, khususnya saat awal-awal memandu wisatawan. Rasa takut untuk berbicara di depan rombongan, kekhawatiran tidak didengarkan, dan ketidakpastian respon wisatawan menjadi tantangan tersendiri untuk pramuwisata yang menjalankan. Dalam Interaksi Simbolik, kondisi ini menggambarkan adanya hubungan antara (*I*) dan (*Me*) dalam diri individu. (*Me*) adalah konsep diri yang terbentuk dari ekspektasi sosial pramuwisata merasa dituntut untuk tampil profesional, menarik, dan percaya diri. Di sisi lain, (*I*) adalah reaksi spontan berupa rasa takut dan ragu yang muncul akibat tekanan situasional. Perbedaan situasi antara (*I*) dan (*Me*) ini menjadi tantangan selama proses komunikasi berlangsung dan jika tidak dikelola dengan baik akan menjadi hambatan.

Faktor situasional di lapangan juga menjadi tantangan yang cukup dominan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi seperti sarana transportasi yang kurang memadai, jadwal guiding yang berubah mendadak, hingga situasi tak terduga di lokasi wisata sering kali mengganggu proses penyampaian informasi. Dari perspektif Interaksi Simbolik, kondisi-kondisi tersebut menjadi hal yang memengaruhi jalannya interaksi. Dalam menghadapi situasi tersebut, pramuwisata dituntut untuk merespons secara spontan (*I*), namun tetap mempertahankan citra diri sebagai pemandu profesional (*Me*), misalnya dengan tetap menjaga sikap tenang dan komunikatif di hadapan wisatawan.

### **Strategi Penyampaian Informasi dalam Interaksi Simbolik (*self*)**

Strategi penyampaian informasi yang digunakan oleh pramuwisata dalam kegiatan guiding menunjukkan keterlibatan unsur (*Self*) sebagaimana dijelaskan dalam teori Interaksi Simbolik oleh George Herbert Mead. Dalam teori ini, (*Self*) terbentuk melalui proses interaksi sosial, di mana individu mengembangkan kesadaran diri sebagai respons terhadap pandangan orang lain terhadap dirinya (Mead dalam Ahmadi, 2008:308). Hal ini tercermin dalam tindakan pramuwisata yang secara sadar menyesuaikan gaya komunikasi mereka berdasarkan tipe wisatawan yang dihadapi.

Pramuwisata tidak hanya menyampaikan informasi secara satu arah, melainkan secara aktif menyesuaikan pendekatan dan bahasa penyampaian dengan mempertimbangkan situasi dan karakteristik wisatawan. Saat menghadapi berbagai tipe wisatawan, pramuwisata membentuk konsep diri (*Me*) sebagai penyampai informasi yang harus bersikap ramah, sopan, atau akrab. Misalnya, ketika membimbing rombongan ibu-ibu majelis taklim, pramuwisata memilih strategi komunikasi yang lebih sopan, bernuansa religi, dan menggunakan kata-kata yang lebih lembut. Sebaliknya, ketika berhadapan dengan wisatawan muda, mereka lebih santai, banyak menggunakan humor, serta menyisipkan bahasa gaul untuk membangun kedekatan.

Di sisi lain, aspek (*I*) muncul dalam bentuk spontanitas strategi yang tidak dirancang sebelumnya, seperti tiba-tiba mengganti topik pembicaraan saat melihat wisatawan mulai kehilangan fokus, atau menyisipkan candaan ringan untuk mencairkan suasana. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dalam menyamapiakan informasi tidak hanya lahir dari perencanaan, tetapi juga dari intuisi dan reaksi spontan dalam situasi nyata. Kedua aspek ini (*Me*) dan (*I*) bekerja secara bersamaan dalam membentuk tindakan komunikatif pramuwisata sehingga berperan penting untuk meningkatkan kepuasan wisatawan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Rahmawati & Meisyanti (2023), yang menyebutkan bahwa kemampuan pemandu wisata dalam menyesuaikan gaya penyampaian informasi dengan karakter wisatawan berperan penting dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan saat berwisata.

### **Peran Sosial Pramuwisata (*Society*)**

Dalam kerangka teori Interaksi Simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead dalam (Derung, 2017:125) menjelaskan bahwa masyarakat (*society*) adalah proses sosial yang berlangsung terus-menerus dan sudah ada sebelum seseorang membentuk pikiran dan kesadaran tentang dirinya sendiri. Unsur *Society* menggambarkan aturan dan harapan sosial yang memengaruhi bagaimana seseorang bersikap saat berinteraksi dengan orang lain. Mencakup harapan sosial, norma, dan nilai-nilai budaya yang membingkai cara seseorang bertindak dalam suatu peran sosial tertentu.

Masyarakat (*society*) sendiri merupakan jaringan hubungan antarindividu yang terbentuk melalui interaksi sosial, di mana setiap orang secara aktif dan sukarela terlibat di dalamnya (Mead dalam Siregar, 2016:104). Melalui proses inilah individu belajar dan menjalankan peran sosialnya di tengah lingkungan sosial. Dalam konteks penelitian ini, pramuwisata di Kota Palembang menempati sebuah peran sosial sebagai penyampai informasi budaya, pen jembatan antara destinasi dan wisatawan, sekaligus sebagai representasi dari nilai-nilai lokal.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa potensi wisata religi dan sejarah menjadi kekuatan utama dalam sektor pariwisata Kota Palembang. Di sinilah letak pentingnya kehadiran pramuwisata, tidak hanya sebagai pemandu jalan, tetapi juga sebagai fasilitator pengalaman yang edukatif, spiritual, dan bermakna. Melalui kemampuan berinteraksi secara efektif dengan wisatawan, pramuwisata menjembatani pemahaman terhadap sejarah dan budaya lokal. Peran ini sejalan dengan ekspektasi masyarakat terhadap figur pramuwisata sebagai representasi nilai-nilai lokal. Hasil wawancara dengan wisatawan memperkuat pandangan ini. Misalnya, informan J mengungkapkan bahwa kehadiran pramuwisata sangat membantu karena membuat perjalanan lebih terarah, nyaman, dan informatif. Pengalaman ini tidak hanya terbentuk dari pengetahuan yang disampaikan, tetapi juga dari interaksi sosial yang hangat dan menghargai nilai-nilai yang berlaku.

Setiap wisatawan datang dengan latar belakang dan ekspektasi yang berbeda, namun sebagian besar mengakui pentingnya keberadaan pramuwisata dalam

membentuk kualitas pengalaman wisata. Temuan ini menunjukkan bahwa peran sosial pramuwisata bukan hanya tentang berbagi informasi, tetapi juga membangun relasi sosial yang harmonis, menjaga citra budaya daerah, dan menciptakan pemaknaan kolektif terhadap destinasi yang dikunjungi. Maka dari itu, unsur *Society* dalam teori Interaksi Simbolik tercermin kuat dalam praktik guiding wisata di Palembang, di mana simbol, nilai sosial, dan harapan masyarakat menyatu dalam interaksi antara pramuwisata dan wisatawan.

#### KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal antara pramuwisata dan wisatawan di Kota Palembang tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga membangun hubungan sosial yang dipengaruhi oleh latar belakang dan tujuan wisata yang beragam. Berdasarkan teori Interaksi Simbolik, komunikasi tersebut dibentuk oleh kesadaran diri pramuwisata, makna simbolik dari bahasa verbal dan nonverbal, serta norma sosial yang berlaku dalam kegiatan guiding. Keberadaan pramuwisata dianggap penting oleh wisatawan, baik dari luar kota maupun lokal, karena mampu meningkatkan kenyamanan, pemahaman sejarah dan budaya, serta kualitas pengalaman wisata. Namun, pramuwisata juga menghadapi tantangan komunikasi akibat perbedaan usia, karakter, dan minat wisatawan. Hal ini menuntut kemampuan adaptasi dalam penyampaian informasi secara verbal dan nonverbal agar tetap efektif dan menyenangkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, s., utami, a. D., wunawarsih, i. A., febryanti, a., ema, afrahamiryano, hikmah, r., hasanah, n., & jayadisastra, y. (2024). *Pengantar komunikasi pendidikan*.
- Aesthetika, n. M. (2018). Komunikasi interpersonal. In *komunikasi interpersonal*. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-13-3>
- Afriani, h. F., sembada, w. Y., & sutowo, i. R. (2022). Interaksi simbolik pada organisasi persit kartika chandra kirana cabang xvi batalyon arhanud 13. *Communications*, 4(2), 244–261. <https://doi.org/10.21009/communications.4.2.8>
- Ahmadi, d. (2008). Interaksi simbolik. *Jurnal mediator*, 9(2), 301–316.
- Amri, k. (2019). Mengidentifikasi kepribadian wisatawan di kabupaten takalar. *Journal of chemical information and modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Derung, t. N. (2017). Interaksionisme simbolik dalam kehidupan bermasyarakat. *Sapa - jurnal kateketik dan pastoral*, 2(1), 118–131. <https://doi.org/10.53544/sapa.v2i1.33>
- Effendy, o. U. (1984). Ilmu komunikasi teori dan praktek. In *pt.remaja rosdakarya jl*.
- Fathony, i. I., maula, i., prasastiningtyas, w., jasiah, & fadli. (2023). Analisis simbolisme dalam komunikasi selama bulan ramadhan untuk mempromosikan toleransi antar umat beragama. *Akselerasi: jurnal ilmiah nasional*, 5(1), 57–67. <https://doi.org/10.54783/jin.v5i1.678>
- Fitriani, a., & yuliani, f. (2025). *Membangun komunikasi efektif dengan lansia : studi di*

- puskesmas muara bangkahulu*. 6(1), 34–45.
- Gantiano, h. E. (2020). Analisis dampak strategi komunikasi non verbal. *Dharma duta*, 17(2), 80–95. <https://doi.org/10.33363/dd.v17i2.392>
- Herienda, f., adriani, h., nofiyanti, f., & pradhita, r. M. W. A. (2024). *Analisis kemampuan pemandu wisata dalam komunikasi bahasa inggris kepada wisatawan di taman mini indonesia indah , jakarta*. 29(3), 343–361.
- Holong, n. P. (2020). Simbol komunikasi dan emosi. *Insani*, 7(1), 9–6856. <https://www.jurnal.widuri.ac.id/index.php/insani/article/view/110>
- Iba, z., & wardhana, a. (2023). *Landasan teori, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, & hipotesis* (issue july).
- Ida, s. W. (2013). Komunikasi interpersonal dan iklim komida, s. W. (2013). Komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi dalam organisasi (ida suryani wijaya) komunikasi interpersonal dan iklim komunikasi dalam organisasi. *Jurnal dakwah tabligh*, 14(1), 115–126. unikasi dala. *Jurnal dakwah tabligh*, 14(1), 115–126.
- Liana, w. (2017). Dinas kebudayaan dan pariwisata kota palembang. *Jurnal ilmiah mbia*, 16(35), 51–68.
- Lubis, a. (2019). Peranan komunikasi pemandu wisata dalam mempromosikan pariwisata islami di kota medan. *Al-idârah*, 7(2), 52–60.
- Nadiar. (2024). *Kota palembang alami peningkatan pariwisata di tahun 2023*. Radio republik indonesia. <https://www.rri.co.id/palembang/wisata/528166/kota-palembang-alami-peningkatan-pariwisata-di-tahun-2023>
- Nashrullah, m., fahyuni, e. F., nurdyansyah, n., & untari, r. S. (2023). Metodologi penelitian pendidikan (prosedur penelitian, subyek penelitian, dan pengembangan teknik pengumpulan data). In *umsida press*. <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7>
- Nasution, abdul fattah. (2023). Metode penelitian kualitatif. In *harfa creative* (vol. 11, issue 1). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/red2017-eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_sistem\\_pembetulan\\_terpusat\\_strategi\\_melestari](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/red2017-eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_sistem_pembetulan_terpusat_strategi_melestari)
- Ngalimun. (2018). *Komunikasi interpersonal*. Pustaka pelajar.
- Pahleviannur, m., grave, a., & saputra, d. (2020). Metodologi penelitian kualitatif. In metodologi penelitian kualitatif. In f. Sukmawati (ed.), *pradina pustaka* (issue march). <https://doi.org/10.31237/osf.io/jhxxw>
- Rahmawati, k. J., & meisyanti. (2023). Trekking sentul dalam melayani wisatawan. *Ilmu komunikasi 2023 (universitas persada y.a.i)*, xxviii(3), 299–311.
- Riswandi. (2009). *Ilmu komunikasi* (cetakan pe). Graha ilmu.
- Rusmiati, d. (2022). Peran pemandu wisata dalam pariwisata pendidikan. *Jurnal inovasi penelitian*, 2(2), 87–94.
- Sari, s. N., & marajari, m. R. (2019). Efektivitas komunikasi interpersonal pustakawan dengan pemustaka pada layanan sirkulasi perpustakaan universitas sari

- mutiara indonesia. *Jurnal lensa mutiara komunikasi*, 3(2), 36–48. [Http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/jlmi/article/view/1108](http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/jlmi/article/view/1108)
- Sarmiati, e. R. R. (2019). *Komunikasi interpersonal*.
- Satyadharma, m. (2023). *Efektivitas komunikasi interpersonal dalam penyelenggaraan angkutan lebaran tahun 2023 pada pelabuhan penyeberangan baubau dan pelabuhan penyeberangan waara*. 15(02), 100–108.
- Simangunsong, k. T. (2023). Analisis aktivitas wisatawan saat berkunjung ke pantai di daerah istimewa yogyakarta. *Kepariwisata: jurnal ilmiah*, 17(3), 220. [Https://doi.org/10.47256/kji.v17i3.224](https://doi.org/10.47256/kji.v17i3.224)
- Siregar, n. S. S. (2016). Kajian tentang interaksionisme simbolik. *Perspektif*, 1(2), 100–110.
- Soraya, m., soetarto, h., & alfiyah, n. I. (2021). Optimalisasi pramuwisata dalam pelayanan kepariwisataan di kabupaten sumenep. *Public corner*, 16(2), 42–63. [Https://doi.org/10.24929/fisip.v16i2.1698](https://doi.org/10.24929/fisip.v16i2.1698)
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif* (sofia yustiyani suryandari (ed.)). Alfabet.
- Ummah, m. S. (2019). Makna interaksi dalam komunikasi (teori interaksi simbolik dan teori konvergensi simbolik). *Institut agama islam negeri langsa journals*, 11(1), 1–14. [Http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/red2017-eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_sistem\\_pembetulan\\_terpusat\\_strategi\\_melestari](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/red2017-eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_sistem_pembetulan_terpusat_strategi_melestari)
- Yazid, t. P. (2016). Perilaku komunikasi tourguide freelance dalam memperkenalkan objek wisata kota bukittinggi. *Jurusan ilmu komunikasi- hubungan masyarakat fakultas ilmu sosial dan ilmu politik*, 3(2), 1–15.