

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surabaya merupakan salah satu kota metropolitan yang memiliki daya tarik kuat sebagai destinasi wisata. Potensi wisata kota ini beragam, meliputi peninggalan sejarah, kuliner, pertunjukan budaya, dan daya tarik lainnya. Tingginya minat kunjungan ke Surabaya tercermin dalam laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur; dari total 218,71 juta perjalanan wisatawan nusantara sepanjang tahun 2024, Kota Surabaya mendominasi sebagai destinasi utama dengan mencatat 27,2 juta perjalanan (Damarinfo.com, 2025). Mengingat tingginya angka kunjungan dan beragamnya potensi yang dimiliki, Pemerintah Kota Surabaya berupaya agar pariwisata dapat tersampaikan secara luas kepada masyarakat. Sebagai respons terhadap upaya pengembangan potensi wisata sejarah, kuliner, dan alam tersebut Pemerintah Kota Surabaya kemudian menunjuk Cak dan Ning Surabaya sebagai Duta Wisata Kota Surabaya untuk menjalankan fungsi promosi pariwisata (radar surabaya, 2023).

Cak dan Ning Surabaya adalah sosok pemuda-pemudi yang memiliki kualitas utama sebagai representasi kota dalam pelestarian budaya dan promosi pariwisata. Mereka diharapkan mampu mewakili Kota Pahlawan dengan mempromosikan pariwisata kepada para tamu dan wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Mereka adalah figur representatif dari generasi muda Surabaya yang terpilih melalui proses seleksi dan pelatihan yang ketat. Kualitas yang dimiliki Cak dan Ning termasuk kemampuan komunikasi dan *public speaking* serta wawasan mendalam tentang sejarah, kuliner, dan destinasi wisata Surabaya yang telah dibekali selama proses seleksi dan pelatihan. Dengan mengenakan busana khas Surabaya saat bertugas, mereka juga secara langsung memperkuat identitas dan pelestarian budaya lokal di mata wisatawan (Maysari & Haqiqi, 2024).

Kualitas dan wawasan inilah yang menjadi alasan utama keterlibatan mereka sebagai *Tour Guide* dalam program "*Suroboyo Sightseeing and City Tour*" (SSCT), sebuah inovasi bus wisata yang diluncurkan sejak tahun 2013

sebagai alat transportasi keliling kota yang bertujuan memudahkan masyarakat menjangkau tempat wisata. Peran ini bersifat rutin dan terjadwal setiap minggunya pada hari Jumat, Sabtu, dan Minggu. Bus ini berangkat dari Balai Pemuda untuk mengantar wisatawan tur kota, memperkenalkan sejarah, budaya, dan objek wisata Surabaya. Meskipun tarif tiketnya terjangkau (sekitar Rp10.000 per orang), rute yang dilalui SSCT bervariasi setiap minggunya, mulai dari destinasi populer, seperti museum, bangunan bersejarah, kampung tematik, sampai kawasan ikonik Surabaya (Indriana & Rahmatin, 2024). Melalui interaksi ini, Cak dan Ning secara langsung mengantarkan wisatawan, memberikan penjelasan detail mengenai rute dan keunikan kota. Penumpang juga mendapatkan penjelasan menarik seputar sejarah dan cerita di balik tiap destinasi.

Peran *tour guide* dalam memandu program SSCT bersifat krusial, karena mereka kerap berhadapan dengan wisatawan dari berbagai latar belakang budaya, baik lokal maupun internasional. Mereka dituntut tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga bertindak sebagai perantara budaya yang menjembatani wisatawan dengan budaya lokal. *Tour guide* yang mampu berkomunikasi dengan baik, menyampaikan informasi dengan cara yang menyenangkan, dan berinteraksi secara adaptif dapat membuat pengalaman wisata semakin berkesan dan meningkatkan citra kota. Tuntutan ideal ini menjadi semakin kompleks seiring dengan fakta lapangan yang menunjukkan peningkatan signifikan keragaman budaya dan asal wisatawan. Kepala Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata (Disbudporapar) Kota Surabaya Hidayat Syah menjelaskan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Surabaya mencapai 17.425.476 orang pada tahun 2023, yang terdiri dari 16.139.571 wisatawan nusantara (wisnus) dan 1.285.905 wisatawan mancanegara (wisman) yang mayoritas berasal dari Asia dan Eropa (Pemerintah Kota Surabaya, 2024).

Untuk memfokuskan kajian pada strategi komunikasi lintas budaya, penelitian ini menetapkan batasan objek wisatawan. Objek penelitian adalah wisatawan yang memiliki latar belakang budaya yang beragam, mencakup

wisatawan nusantara (wisnus) dari luar Kota Surabaya atau luar Jawa Timur, serta wisatawan mancanegara (wisman) yang berinteraksi langsung dengan Tour Guide Cak dan Ning di SSCT.

Fokus utama penelitian adalah pada fenomena interaksi lintas budaya, sehingga variabel yang menjadi perhatian adalah perbedaan latar belakang budaya, nilai, dan kebiasaan komunikasi antara Tour Guide dan wisatawan. Oleh karena itu, penelitian ini tidak membatasi wisatawan berdasarkan usia atau jenis rombongan, melainkan mengkaji bagaimana Tour Guide mengadaptasi gaya komunikasi mereka saat menghadapi berbagai wisatawan yang luas (termasuk rombongan pelajar, keluarga, maupun individu) yang berasal dari latar budaya yang berbeda-beda

Fakta keragaman ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan pelayanan wisata yang mampu menjangkau lintas budaya semakin tinggi. Tour guide dihadapkan pada tantangan untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada wisatawan yang berasal dari latar belakang budaya berbeda. Mereka juga berperan sebagai komunikator lintas budaya yang menjembatani keberagaman wisatawan dengan nilai – nilai local kota Surabaya dengan prespektif wisatawan luar daerah. Mereka harus mampu menyesuaikan gaya komunikasi, memilih strategi yang tepat, dan membangun kenyamanan bagi wisatawan yang berasal dari budaya berbeda. Oleh karena itu, Kompetensi Komunikasi Lintas Budaya (*Intercultural Communication Competence / ICC*) menjadi keterampilan mendasar. Seperti yang dikemukakan oleh (Martin & Nakayama, 2009) dalam *Intercultural Communication in Contexts*, pemahaman terhadap perbedaan cara berkomunikasi sangat penting untuk menjalin hubungan yang baik, terutama dengan orang dari budaya yang berbeda. (Raden, 2018) menambahkan bahwa keberhasilan komunikasi lintas budaya dalam konteks pariwisata cenderung bersifat singkat, tidak memerlukan pembauran secara mendalam, namun tetap membutuhkan pemahaman budaya yang memadai agar tujuan komunikasi dapat tercapai secara efektif.

Oleh karena itu, kompetensi komunikasi lintas budaya (*Intercultural Communication Competence/ICC*) menjadi keterampilan mendasar bagi pelaku

wisata, khususnya para tour guide Cak dan Ning. Menurut Webster dalam (Liliweri, 2003) kompetensi komunikasi antarbudaya adalah kemampuan seseorang untuk berkomunikasi dengan individu dari budaya berbeda secara efektif. Dalam konteks pariwisata, ICC memungkinkan tour guide untuk tidak hanya menyampaikan informasi secara verbal, tetapi juga menyesuaikan gaya komunikasi dengan kebutuhan dan latar belakang wisatawan. Fenomena ini menjadi penting untuk dikaji lebih dalam mengingat SSCT bukan hanya program hiburan, melainkan juga program edukatif yang mencerminkan citra kota.

Kompetensi komunikasi lintas budaya (Intercultural Communication Competence/ICC) menjadi keterampilan mendasar bagi para pemandu wisata ini. Meskipun *tour guide* Cak dan Ning telah melalui proses seleksi dan pelatihan, masih minimnya pemahaman mendalam mengenai proses adaptasi komunikatif dan strategi praktis yang mereka terapkan. Sejauh ini, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji praktik komunikasi lintas budaya yang dilakukan oleh tour guide SSCT secara spesifik, terutama dalam konteks program wisata tematik yang bersifat formal dan dikelola oleh pemerintah kota. Padahal kompetensi komunikasi lintas budaya menjadi hal yang krusial yang sangat dibutuhkan oleh tour guide yang bertugas langsung berinteraksi dengan wisatawan. Komunikasi dalam pariwisata tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan rasa aman, nyaman, dan berkesan bagi wisatawan (Dr. Drs. I Putu Anom & I Gusti Agung Oka Mahagangga, 2019).

Sejauh ini, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji praktik komunikasi lintas budaya yang dilakukan oleh *tour guide* SSCT secara spesifik, terutama dalam konteks program wisata tematik yang bersifat formal dan dikelola oleh pemerintah kota. Beberapa penelitian sebelumnya (Soehardjo & Mukaromah, 2023;) telah mengkaji kompetensi komunikasi antarbudaya, namun sebagian besar masih berfokus pada gambaran umum atau pengukuran level kompetensi. Belum ada studi yang secara spesifik menelaah strategi praktis dalam interaksi singkat namun intens pada program wisata terstruktur dan formal

seperti SSCT, dan belum mengkaji peran Duta Wisata (Cak dan Ning) sebagai representasi budaya lokal dalam konteks ini. Apabila strategi ICC pada *tour guide* SSCT tidak dikaji secara mendalam, risiko miskomunikasi lintas budaya dapat menurunkan kualitas layanan wisata, berdampak pada citra destinasi, dan menyebabkan pengalaman wisatawan menjadi kurang optimal.

Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis penerapan kompetensi komunikasi lintas budaya yang diimplementasikan oleh para *tour guide* Cak dan Ning dalam program SSCT, khususnya dalam menyampaikan informasi sejarah dan budaya lokal serta membangun interaksi yang inklusif dan menyenangkan dalam menghadapi wisatawan dari berbagai latar budaya. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis, khususnya dalam penyusunan pelatihan komunikasi lintas budaya oleh Disbudporapar Surabaya untuk meningkatkan kualitas layanan wisata tematik di kota ini.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi penerapan kompetensi komunikasi lintas budaya yang dilakukan oleh *tour guide* dalam program Suroboyo Sightseeing and City Tour (SSCT) dalam membangun interaksi dengan wisatawan dari latar belakang budaya yang beragam?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis bagaimana *tour guide* dalam program SSCT menerapkan kompetensi komunikasi lintas budaya sebagai strategi untuk membangun interaksi yang efektif dan inklusif dengan wisatawan dari berbagai latar belakang budaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi lintas budaya di sektor pariwisata. Temuan dari penelitian ini dapat memperkaya literatur terkait strategi komunikasi antarbudaya yang dilakukan oleh pelaku pariwisata, khususnya *tour guide*.

Manfaat Praktis

1. Bagi tour guide SSCT :

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya penerapan strategi komunikasi lintas budaya dalam membangun interaksi yang efektif dengan wisatawan dari berbagai latar belakang budaya serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan mancanegara.

2. Bagi Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga serta Pariwisata (Disbudporapar) Surabaya

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi dalam pengembangan pelatihan atau pembekalan komunikasi lintas budaya bagi tour guide dalam program SSCT, sehingga kualitas layanan wisata tematik dapat ditingkatkan

3. Bagi wisatawan

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas pengalaman wisata yang lebih menyenangkan, aman dan mudah dipahami oleh wisatawan, khususnya mereka yang berasal dari latar belakang budaya yang berbeda.