

PELATIHAN KOMUNIKASI HOSPITALITY DAN BAHASA INGGRIS KEPARIWISATAAN BAGI PEMANDU DAN EDUKATOR MUSEUM DI BANDUNG

Nova Riana ¹⁾, Septy Indrianty ^{*2)}

¹⁾Prodi Perhotelan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari nova.riana@gmail.com

²⁾Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Yapari septyindrianty19@gmail.com

Abstrak

Penyelenggaraan kepariwisataan menuntut kemampuan penyedia layanan dalam keterampilan komunikasi yang mengutamakan aspek hospitality dan penguasaan Bahasa Inggris yang baik. Terlebih jika tujuan wisata tersebut berpotensi menerima wisatawan mancanegara. Museum merupakan salah satu destinasi wisata edukasi yang dapat memberikan pemahaman dan pengalaman belajar bagi wisatawan. Peranan pemandu museum dalam memberikan informasi dan pelayanan sangatlah penting. Tujuan dari pelaksanaan pelatihan ini yaitu untuk mengetahui penerapan keterampilan komunikasi hospitality dan penguasaan Bahasa Inggris Kepariwisataan bagi pemandu wisata dan edukator museum. Metode yang digunakan yaitu dengan memberikan pelatihan secara langsung berupa ceramah dengan bantuan slide presentasi, kuis dan bermain peran. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi langsung melihat peserta mengimplementasikan penggunaan komunikasi hospitality dan penggunaan Bahasa Inggris oleh pemandu. Sebagai data pendukung dilakukan wawancara terhadap pemandu museum. Berdasarkan hasil ditemukan bahwa peserta telah memahami lebih baik mengenai komunikasi hospitality. Namun, beberapa museum di Bandung belum memiliki standar komunikasi hospitality. Penerapan Komunikasi Hospitality seyogyanya meliputi beberapa hal seperti: Kesantunan berbahasa, Hospitalitas, keterampilan berbahasa Inggris, serta penerapan budaya/atribut lokal. Sedangkan dalam penguasaan Bahasa Inggris dilihat pada kegiatan *role play* dalam menjelaskan apa yang ada di museum sudah dalam kategori baik. Namun pemandu museum dan edukator perlu memahami struktur dalam menerima telepon, menerima tamu dan menjelaskan tempat. Hasil dari pelatihan ini adalah bertambahnya pengetahuan dan ketrampilan peserta pelatihan tentang Komunikasi Hospitality dan penggunaan Bahasa Inggris kepariwisataan.

Kata Kunci: komunikasi hospitality, bahasa Inggris, pemandu, museum.

Abstract

The implementation of tourism requires the ability of service providers in communication skills that prioritize aspects of hospitality and good command of English. Especially if the tourist destination has the potential to accept foreign tourists. The museum is an educational tourist destination that can provide tourists understanding and learning experiences. The role of museum guides in providing information and services is very important. The purpose of implementing this training is to find out the application of hospitality communication skills and mastery of Tourism English for tour guides and museum educators. The method used is to provide direct training in the form of lectures with the help of presentation slides, quizzes, and role-playing. The data collection technique was carried out by direct observation seeing participants implement the use of hospitality communication and the use of English by the tour guide. As supporting data, interviews were conducted with museum tour guides. Based on the results, it was found that participants had a better understanding of hospitality communication. However, some museums in Bandung do not yet have hospitality communication standards. The implementation of Hospitality Communication should include several things such as Language politeness, Hospitality, mastering English, and the application of local culture/attributes. Meanwhile, in mastering English, it is seen in role-play activities based on what has been explained in the museum is already in the good category. Museum tour guides and educators need to understand the structure of taking calls, receiving guests, and explaining the venue. The result of this training is the increasing knowledge and skills of participants in Hospitality Communication and the using of Tourism English.

Keywords: *hospitality communication; English; tour guide; museum.*

PENDAHULUAN

Museum merupakan salah satu destinasi wisata khususnya eduwisata, dimana pengunjung memperoleh pemahaman dan pembelajaran mengenai sejarah dan benda-benda terkait tema museum. Hal ini didukung oleh Sharma (2015) yang menyatakan museum dapat dijadikan sebagai tempat wisata edukasi dimana wisatawan melakukan kunjungan ke suatu tempat atau daerah untuk mendapatkan pengalaman belajar secara langsung di lokasi. Saat ini museum bukan hanya menjadi tempat menyimpan peninggalan purbakala dan bercerita sejarah. Namun kini Paradigma wisatawan sudah bergeser, dimana dalam berwisata bukan hanya menikmati kesenangan semata, melainkan bisa mendapatkan nilai pembelajaran. Fungsi dari museum salah satunya yaitu dapat memberikan pelayanan publik dan informasi terkait dengan benda peninggalan dan juga sejarah atau *event* tertentu kepada wisatawan. Selanjutnya Rodger (1998) menjelaskan ada 4 jenis wisata yang terdiri dari *ecotourism* (ekowisata), *heritage tourism* (wisata warisan), *rural tourism* (wisata pedesaan), dan *community tourism* (wisata komunitas). Wisata museum dapat digolongkan pada wisata *heritage* (budaya) dimana pada umumnya wisatawan ingin mengetahui asal usul benda atau *event* secara otentik.

Dengan demikian, wisata mengunjungi museum telah berkembang bukan terbatas pada eduwisata, namun juga menarik wisatawan yang lebih beragam, di luar dunia pendidikan. Berdasarkan Asosiasi Museum Indonesia, data yang tersusun dari tahun 2016 terdapat 428 museum yang tersebar di Indonesia. Di Jawa Barat sendiri terdapat 38 museum yang sering dikunjungi wisatawan baik domestik atau mancanegara. Salah satu museum di kota Bandung yang sering dikunjungi oleh wisatawan adalah Museum Konperensi Asia-Afrika atau yang sering disebut MKAA. Selain itu MKAA juga merupakan koordinator museum-museum lainnya di Bandung. Sebagai museum yang mendokumentasikan benda-benda bersejarah terkait penyelenggaraan Konperensi Asia-Afrika pada tahun

1955, MKAA selalu menjadi lokasi peringatan KAA 1955 dan kerap menerima kunjungan dari berbagai bangsa.

Dengan berkembangnya industri pariwisata yang sangat pesat perlu diimbangi dengan sumber daya manusia yang mampu menjadi penggerak kegiatan kepariwisataan. Salah satu yang berperan penting dalam pariwisata adalah Pemandu wisata atau *Tour guide*. Pelayangan kepada tamu tentu perlu ditunjang oleh tenaga profesional yang memiliki keterampilan komunikasi hospitality yang baik dan mampu berbahasa Inggris dengan lancar. Hal ini bertujuan agar para penyedia layanan mampu bersaing secara global dan mampu berinteraksi secara profesional dengan tamu asing atau wisatawan mancanegara. Peranan Bahasa Inggris merupakan faktor penting dalam menunjang keberhasilan dunia pariwisata. Selain sebagai alat juga dapat menciptakan suasana kekeluargaan antara pemberi layanan dengan wisatawan mancanegara.

Penyelenggaraan sebuah bisnis baik barang maupun jasa bergantung pada kepuasan yang diperoleh konsumennya. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Hill & Brierley (2003) bahwa "*Customer satisfaction and loyalty are the key differentiators between the better and the poorer performing businesses in most markets. Satisfaction drives loyalty, and loyalty drives business performance*". Dalam hal ini kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah kunci pembeda performa antara bisnis yang baik dan kurang baik. akeduanya kan saling berkaitan dimana kepuasan akan menumbuhkan loyalitas dan loyalitas akan menumbuhkan performa yang baik. Dalam upaya meraih kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah wisatawan yang berkunjung ke museum, bisnis jasa terutama di bidang kepariwisataan perlu mengutamakan sikap hospitality dalam aspek keterampilan komunikasi dan aspek penguasaan bahasa asing. Dengan memahami konsep komunikasi hospitality dan penggunaan Bahasa Inggris untuk pemandu wisata, diharapkan peserta pelatihan mampu mengembangkan potensi diri dan

meningkatkan pelayanan yang baik kepada pengunjung museum, sehingga dapat berdampak pada kualitas pelayanan pada guide dan diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

Berdasarkan latar belakang tersebut kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui implementasi komunikasi hospitality dan penguasaan Bahasa Inggris yang digunakan oleh Pemandu Museum dan Edukator di Museum, mengidentifikasi kebutuhan pengembangannya, serta upaya memenuhi kebutuhan tersebut melalui pelatihan.

METODOLOGI PENGABDIAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan metode transfer ilmu baik pada aspek teoretis maupun praktik. Pelaksanaannya dilakukan dengan tatap muka, bertempat di Museum KAA yang dihadiri oleh Pengelola MKAA, edukator museum dan para pemandu museum dari beberapa museum lain di Bandung. Pelatihan dihadiri sebanyak 37 (tiga puluh tujuh) peserta yang berasal dari 7 (tujuh) museum, yaitu Museum KAA, Museum Sri Baduga, Museum Mandala Wangsit, Museum Pos, Museum Geologi, dan Museum Pendidikan Nasional, Museum Gedung Sate, dan komunitas “Sahabat Museum”. Kegiatan Pelatihan ini dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu:

1. Tahap Persiapan, yaitu dilakukan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan implementasi keterampilan komunikasi hospitality dan penguasaan bahasa Inggris. Sebagai pendukung data dilakukan wawancara dengan pengelola museum dan pemandu museum
2. Tahap Pelaksanaan kegiatan pengabdian, dilakukan menggunakan metode ceramah dengan bantuan *slide*, diselingi dengan peragaan dan *quiz*, dan diakhiri dengan latihan dan *role play* yang mengimplementasikan penggunaan Komunikasi Hospitality dan Bahasa Inggris oleh para pemandu dan edukator museum. Rangkaian pelatihan ditutup dengan diskusi/tanya-jawab. Narasumber juga memberikan ulasan atas contoh kasus yang ditanyakan oleh peserta pelatihan.

3. Tahap Evaluasi yang dilakukan dengan membandingkan pemahaman peserta tentang topik pelatihan, sebelum pemberian pelatihan dan setelahnya. Pengukuran dilakukan dengan bantuan data dari kuesioner yang dibagikan kepada peserta pelatihan.

PELAKSANAAN KEGIATAN

1. Keterampilan Komunikasi Hospitality

Pada penyampaian materi tentang Komunikasi Hospitality, Narasumber memulai dengan menyamakan persepsi peserta tentang apa yang dimaksud dengan ‘komunikasi’ dan apa yang dimaksud dengan ‘hospitality’. Untuk memahami komunikasi, narasumber menyampaikan definisi acuan dari Wood (2009), “*Communication is a systematic process in which people interact with and through symbol to create and interpret meaning*”. Komunikasi merupakan sebuah proses sistematis dimana orang berinteraksi dengan melalui simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna. Sedangkan hospitality dipahami sebagai sikap keramah-tamahan dan kesantunan yang dimaksudkan untuk menerima tamu. Dari pemahaman tersebut, barulah dapat memahami apa yang dimaksud dengan Komunikasi Hospitality. Selanjutnya disampaikan bahwa dalam berkomunikasi dengan pengunjung pada dasarnya petugas/karyawan menerapkan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal yang efektif menurut pakar komunikasi de Vito (1997) mengungkapkan apabila komunikasi yang terjalin memenuhi kualitas yang baik yaitu: (1) keterbukaan (*openness*); (2) sikap mendukung (*supportiveness*); (3) sikap positif (*positiveness*); (4) Empati (*Emphaty*); dan (5) Kesetaraan (*Equality*). Kelima sikap ini merupakan kunci untuk mendapatkan komunikasi yang efektif dengan tamu atau pengunjung museum.

Komunikasi Hospitality perlu pemanfaatan kombinasi bentuk verbal dengan non verbal yang baik, serta harus dilakukan dengan sangat mengedepankan etika dan etiket. Etika, secara etimologis berasal dari bahasa Yunani “Ethos”, yang

berarti watak kesusilaan atau adat kebiasaan (*custom*). Etika berkaitan dengan moral (*mores*, Latin) yang berarti adat kebiasaan atau cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan baik (kesusilaan) dan menghindari hal-hal/tindakan yang buruk. Karenanya, Etika dipahami sebagai norma yang bersifat universal. Misalnya: Tidak mengambil barang milik orang lain, mengembalikan ketika meminjam, perlakuan profesional terhadap tamu (bukan sebagai pribadi), dan sejenisnya. Adapun Etiket berasal dari Bahasa Perancis “*etiquette*” (sopan santun), yang merupakan kumpulan tata cara dan sikap baik dalam pergaulan antar manusia yang beradab. Tata aturan sopan santun ini disetujui oleh masyarakat tertentu dan menjadi aturan dalam bertingkah laku sebagai anggota masyarakat yang baik dan menyenangkan. Misalnya: Etiket di Museum, etiket makan-minum, salam, sendawa, berbicara (termasuk sapaan), bertelepon, dan sejenisnya.

Salah satu etiket dalam Komunikasi Hospitality adalah ditetapkan dan diterapkannya salam yang baku terhadap tamu (*Greeting*). Setiap institusi atau usaha terkait kepariwisataan memiliki gaya masing2, namun standarnya umumnya sama/mirip. *Greeting* institusi ini akan lebih baik bila mengkomodir standar/tradisi/budaya lokal. Misalnya: penggunaan ‘Sampurasun ’pada budaya Jawa Barat. *Greeting* ini juga terbagi penerapannya, untuk tatap muka/langsung dan melalui telepon. Untuk tatap muka, *greeting* biasanya mengandung 4 unsur: Senyum, Salam/Sapa, Ucapan Selamat Datang, dan Tawaran bantuan.

Adapun untuk *greeting* melalui telepon dapat diterapkan di antara dua pilihan berikut:



Gambar 1. Pola greeting melalui telepon.

Dalam Komunikasi Hospitality, selain ketrampilan verbal seperti pemilihan diksi yang baik, intonasi yang profesional, *smiling voices* (suara yang ramah dan *helpful*), juga dibutuhkan non verbal yang profesional. Karenanya, penampilan yang baik (*well-groomed*) dan bahasa tubuh juga merupakan aspek penting yang harus dikuasai pemberi layanan. Ini penting, karena *personal grooming* dari seorang karyawan akan merepresentasikan brand perusahaan yang diwakilinya. Sebagai penunjang *personal grooming*, ada 3 (tiga) aspek yang diberi perhatian, yaitu: (1) Kesan pertama, (2) Etika dan Etiket, (3) Penampilan/*grooming*.

Untuk membangun kesan pertama yang baik, perlu dipahami beberapa hal berikut:

- Tidak ada kesempatan kedua untuk menampilkan kesan pertama yang baik;
- Tepat waktu;
- Cara bersalaman (genggaman yang mantap);
- Penampilan (*well-groomed*);
- Be yourself!* (Jadilah diri sendiri)
- Bicara dengan terstruktur/teratur;
- Sikap Positif (antusias, perhatian/fokus, percaya diri)
- Keep smiling*

Pada aspek penampilan harus dicermati dari ujung rambut sampai dengan ujung kaki, meliputi kebersihan tubuh dan kerapihan pribadi, serta keserasian cara berpakaian, sesuai dengan etika dan kearifan lokal/budaya setempat. Penampilan yang *well groomed* akan meningkatkan kepercayaan diri ketika menemui tamu/wisatawan, sekaligus meningkatkan citra perusahaan. Untuk tampilan *personal* harus dicek beberapa hal berikut:

- Rambut
- Facial hair* (laki2)
- Kuku
- Parfum
- Skin Care*
- Gigi dan mulut
- Suara

Secara khusus, seorang pemandu harus selalu memperhatikan hal-hal terkait kelengkapan

penampilan dalam bertugas, seperti: Identitas, Atribut, Pakaian, Sepatu, Peralatan/Perlengkapan khusus.

Aspek ketiga adalah Etika dan Etiket. Ketika melakukan komunikasi dengan tamu/pengunjung, pemandu dan seluruh karyawan museum harus selalu memperhatikan etika dan etiket yang berlaku. Pemandu juga harus memperhatikan *gesture* (bahasa tubuh) yang baik dan terkontrol. Gestura (*Gesture*) merupakan gerakan/sikap tubuh yang merupakan pesan non verbal. Gestura/Kinesika (*Gesture/Kinesics*) adalah bagian dari Komunikasi Tubuh, yang menggunakan gerakan anggota tubuh, lengan, kaki. Gestura dapat disengaja/diatur maupun tidak. Karenanya, penting bagi seseorang yang sedang melakukan komunikasi hospitality untuk mengontrol gerak/sikap tubuhnya selama memberikan pelayanan kepada tamu/wisatawan.

2. Bahasa Inggris Kepariwisataannya

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan Kepala Museum KAA, diperoleh informasi bahwa persyaratan penguasaan Bahasa Inggris bagi calon karyawan MKAA telah diterapkan sejak tahun 1986, yaitu ketika pengalihan pengelolaan MKAA dari Kemendikbud ke Kementerian Luar Negeri RI. Namun masih ada sebagian karyawan yang telah ada sebelum tahun 1986 yang belum terimbas persyaratan kemampuan berbahasa Inggris dari Kementerian Luar Negeri, dan karenanya belum dapat berbahasa Inggris dengan baik. Demikian pula peserta dari museum di luar MKAA, umumnya masih membutuhkan pelatihan Bahasa Inggris.

Peranan Bahasa Inggris di industri pariwisata sangatlah penting. Hal ini diperlukan untuk membangun hubungan sosial dan mempermudah komunikasi, menghindari kesalah pahaman dan menciptakan suasana kekeluargaan antara pemberi layanan dengan wisatawan.

Pada materi Bahasa Inggris Kepariwisataannya disampaikan 3 topik utama yaitu tantangan Bahasa Inggris dalam dunia kepariwisataannya, Peluang di dunia Kepariwisataannya dan Penggunaan Bahasa Inggris untuk pemandu wisata. Memiliki kemampuan Bahasa Inggris merupakan modal utama

bagi yang bekerja di dunia kepariwisataannya. Saat ini masih banyak yang memiliki paradigma negative terhadap Bahasa Inggris sehingga membuat mundur dan menghindar. Tuntutan bagi seorang pemandu atau *Tour Guide* di Museum, menguasai Bahasa Inggris merupakan hal wajib yang harus dipelajari dan dikuasai, mengingat saat ini bukan hanya wisatawan domestic saja yang berkunjung ke museum, tapi wisatawan mancanegara yang ingin mengetahui asal usul dan makna dari peninggalan atau sejarah pun sudah banyak yang berkunjung ke museum.

Salah satu kriteria dari seorang pemandu tour guide adalah memiliki kemampuan komunikasi yang baik, khususnya mampu berkomunikasi dengan Bahasa asing. Dari 4 skill dalam Bahasa Inggris, *Speaking* merupakan *skill* yang dianggap sulit. Hal ini sejalan dengan Ur (2009) menyatakan bahwa keterampilan berbicara merupakan kemampuan yang sangat penting untuk dikuasai, karena *speaking* bukan hanya memproduksi Bahasa yang digunakan, namun juga harus memahami kapan, mengapa, dalam cara apa bahasa digunakan. Sebagai tour guide museum harus memahami kriteria tersebut. Oleh karena itu, untuk mendukung tour guide menguasai aspek *speaking* diberikan materi yang disampaikan lebih menekankan pada kemampuan *speaking* (berbicara) dalam pelayanan terhadap tamu, diantaranya:

1. *Accepting phone call*
2. *Welcoming the guest/tourist*
3. *Describing places*

a. Accepting Phone Call

Dalam pelayanan kepada tamu/wisatawan, seorang pemandu harus mengetahui pola atau struktur dalam menerima telepon, dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Structure Model *Accepting Phone Call*

No	Structure Model	Expression
1	Greeting and Telling your company and your name	“Hello, Sri Baduga Museum, Doni speaking”
2	Offering Help	“How may I help you?” or “How may I assist you?”
3	Get Caller Info/Message	“May I know your name, Sir?”

Struktur dalam menerima telepon diawali dengan mengucapkan salam, menyebutkan nama perusahaan dan nama diri. Setelah memahami struktur dalam menerima telepon peserta diberikan contoh dialog serupa dengan sebuah kasus bertanya informasi. Selanjutnya peserta melakukan *role play* sebagai operator atau guide di museum saat menerima telepon.

b. Welcoming Guests/Tourist

Dalam menerima tamu/kunjungan wisatawan, seorang pemandu harus menunjukkan sikap keramahtamahnya kepada tamu. Adapun beberapa pola atau struktur yang dapat disampaikan kepada wisatawan.

Tabel 2. Structure Model *Welcoming Guest*

No	Structure Model	Expression
1	Greeting and Introducing Yourself	“Hello everyone, my name is Lusi and I will be your tour guide”
2	Giving Some Information	“We will explore this museum, which will take about 1 hour.”
3	Telling Do and Don'ts	“I ask that you can not touch the things” “Please do you are not allowed to eat and drink in this place”, etc

Struktur dalam menerima tamu atau wisatawan diawali dengan salam dan perkenalan diri,

memberikan informasi dan menyampaikan aturan apa yang harus dan jangan dilakukan dalam tour. Selanjutnya, peserta diundang untuk maju ke depan dan memperagakan menerima tamu.

c. Describing Place

Salah satu tugas dan peran yang paling utama bagi seorang pemandu adalah menjelaskan mengenai tempat atau lokasi. Dalam hal ini, seorang pemandu harus mengetahui dengan benar waktu, kejadian, kondisi dari tempat yang akan diceritakan. Adapun struktur dari *Describing place* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Structure Model *Describing Place*

No	Structure Model	Expression
1	Introduction	“Asian African Museum Bandung is located on Asia Africa Street and it is a reminder of the historical event. In 1955 was a prestigious moment for Indonesia, because the representatives from 29 countries attended the meeting held in Gedung Merdeka. Now, it serves a historical and educative mission for tourists.
2	Body	“This building is about 8.000 meters square structure an art-deco architecture style and has marble flooring. The displays of this museum are related to the conference, as you can see there are many photos during the conferences and country profiles of the member of Bandung Conference. This museum is under the Foreign Ministry, it has an audio-visual room and a supporting library where we can learn about the history, social, political, and culture of Asian and African countries, as well as the documents“

- 3 Closing “Nowadays, many people love to learn history, take pictures and stroll along the street. The Asian African Museum is one of the best tourist attractions in Bandung. It has outdone itself by having indoor and outdoor displays.”
-

Dalam menjelaskan suatu tempat tentu saja akan berkaitan dengan salah satu *part of speech* yaitu *Adjective* atau kata sifat. Sebagai *introduction* dapat dijelaskan mengenai nama dari tempat tersebut, lokasi, dan hal spesifik dari tempat tersebut. Pada bagian *body* atau inti dari penjelasan tempat, pemandu dapat menceritakan apa yang bisa dilihat, dilakukan, dipelajari, dan juga menceritakan tempat/bangunan tersebut secara detail, seperti interior, eksterior, dan juga nilai sejarahnya. Sebagai penutup dari penjelasan sebuah tempat yang sedang dikunjungi, seorang pemandu dapat memberikan komen, dan juga rekomendasi kepada pengunjung.

Dalam pelatihan ini, peserta diminta untuk memperagakan sebagai *tour guide* dan menjelaskan museum dimana mereka bekerja dalam Bahasa Inggris. Namun, berdasarkan hasil observasi di lapangan ditemukan beberapa hambatan atau kendala dalam berbicara bahasa Inggris, diantaranya banyaknya pengulangan, keraguan dalam memilih kata, *pronunciation* dan *grammar* yang tidak tepat dan lain-lain. Hal tersebut terjadi disebabkan disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor psikologi dan linguistic. Psikologi meliputi: takut berbuat salah, malu, kecemasan berlebihan, tidak percaya diri, kurang pemahaman mengenai grammar, dan pelafalan yang tidak tepat, (Junaha, 2010).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini, yaitu: (1) Untuk mengetahui dan meningkatkan ketrampilan Komunikasi Hospitality di lingkungan Pemandu Wisata dan Edukator Museum; (2) Untuk mengetahui dan meningkatkan penguasaan Bahasa Inggris Kepariwisataannya bagi Pemandu Wisata dan

Edukator Museum, Tim PkM memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Ketrampilan Komunikasi Hospitality

Dari pelaksanaan pelatihan diperoleh data awal bahwa Pemandu Wisata dan Edukator Museum di Bandung umumnya telah memahami bahwa untuk berkomunikasi dengan pengunjung/wisatawan harus dilakukan dengan kesantunan dan dilengkapi dengan penguasaan aspek pendukung dalam komunikasi, seperti non verbal yang baik. Berdasarkan kuesioner yang diberikan sebelum pelaksanaan pelatihan, sebanyak 89% peserta menyatakan bahwa mereka telah mengetahui tentang komunikasi interpersonal, namun pada umumnya mereka belum menyadari bahwa komunikasi interpersonal adalah dasar yang dapat dikembangkan menjadi komunikasi hospitality yang harus dijalankan pada saat berkomunikasi dengan pengunjung museum ketika memberikan pelayanan.

Pada aspek pemahaman etika dan etiket dalam pemberian pelayanan, sebagian besar pemandu dan edukator museum juga telah memahami etiket berkomunikasi dan dalam memberikan informasi/layanan. Kendala yang dihadapi pada aspek Etika dan Etiket ini bukanlah berasal dari pemandu museum, namun justru datang dari wisatawan. Berdasarkan informasi dari peserta pada pelaksanaan pelatihan, diperoleh informasi bahwa wisatawan/pengunjung museum belum sepenuhnya memahami aturan (etiket) ketika tengah berkunjung ke museum, terutama pengunjung dari kalangan usia remaja/sekolah.

Untuk aspek *greeting*, diperoleh gambaran bahwa hampir semua pemandu wisata dan edukator museum telah menerapkan standar *greeting/sapaan* yang sesuai dengan standar *hospitality*. Dari semua peserta pelatihan dari 7 museum di Bandung, sebanyak 74% telah menjalankan *local/traditional greeting*, dan 26% sisanya belum menerapkan *local greetin* untuk tatap muka. Adapun untuk *greeting* melalui telepon, sebanyak 92% menyatakan belum sepenuhnya menjalankan *hospitality greeting* melalui telepon, bahkan masih ada 1 (satu) museum yang belum memiliki standar *greeting* melalui telepon. Menurut informasi yang diperoleh, ini dikarenakan umumnya

mereka jarang menerima panggilan telepon formal dari wisatawan terkait pekerjaan.

Untuk aspek Non-Verbal, diperoleh hasil berdasarkan pengamatan selama pelaksanaan kegiatan pelatihan bahwa 81% pemandu mengaku sedikit banyak mengenal isyarat non verbal yang berlaku umum, namun mereka masih kurang dapat mengontrol *gestur*, terutama kontrol pada tangan. Sebagian lainnya sebanyak 24% menyatakan masih sering melakukan gerak tangan berlebihan dan/atau membentangkan tangan. Sedangkan sebagian lainnya yaitu sebesar 66% mengatakan cukup dapat mengontrol gerak tangan dan mata, namun kerap mengabaikan sikap postur, terutama dalam posisi sedang tidak berjalan (diam).

Aspek terakhir adalah penampilan (*grooming*), dimana berdasarkan kuesioner diperoleh informasi bahwa 37% dari pemandu wisata dan edukator museum belum memahami sepenuhnya akan pemahaman *grooming*. Mereka umumnya memiliki pemahaman bahwa yang dimaksud dengan *grooming* adalah penampilan, dan belum paham bahwa *grooming* merupakan suatu kesatuan penampilan, yang tidak terpisah-pisah. Petugas museum di Bandung umumnya telah memiliki seragam yang merupakan identitas pemandu. Namun berdasarkan hasil kuesioner yang disebar, Manajemen museum umumnya belum mengatur lebih detail mengenai rambut dan kuku yang sebetulnya juga termasuk dalam unsur *grooming*. Begitu pula halnya dengan sepatu yang merupakan pelengkap dari seragam. Kebanyakan Museum di Bandung umumnya membebaskan aturan terkait sepatu dan hanya memiliki aturan tentang baju (seragam).

Dari hasil temuan pada keempat aspek tersebut, pelatihan dikembangkan dengan cara lebih banyak kepada praktik, yaitu praktik melakukan greeting, kontrol atas non-verbal. Sedangkan untuk pemahaman etika dan etiket serta *grooming* diperdalam dengan kuis dan tanya jawab.

2. Bahasa Inggris Kepariwisataaan

Memiliki kemampuan Bahasa Inggris merupakan modal utama bagi yang bekerja di dunia kepariwisataan. Dari 2 (dua) topik pelatihan Bahasa

Inggris Kepariwisataaan yang disampaikan pada pelatihan ini, yaitu: tantangan dan peluang Bahasa Inggris dalam dunia kepariwisataan, serta Penggunaan Bahasa Inggris untuk pemandu wisata, diperoleh gambaran sebagai berikut:

1. Tantangan berbahasa Inggris yang baik bagi seorang pemandu museum berkaitan dengan tempat, barang peninggalan atau kegiatan dan/atau sejarah. Laoma (2006) menyatakan, terdapat 4 (empat) aspek utama yang disebut berbicara Bahasa Inggris dengan baik, diantaranya: *fluency* (kelancaran), *pronunciation* (pelafalan), *intonation* (intonasi), dan *diction/ vocalubary* (pemilihan kata). Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan saat pelatihan, dimana peserta (pemandu) diminta melakukan simulasi menerima tamu dan menjelaskan tempat, ditemukan bahwa beberapa dari pemandu museum mengalami kesulitan berbicara Bahasa Inggris. Sehingga, dalam proses simulasi terlihat *flat* dan tidak fasih. Dari hasil pengamatan, ketidakfasihan ini disebabkan oleh keraguan, *fillers words*, pengulangan dan juga pemilihan kosakata yang tidak tepat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Kesulitan Pemandu dalam Berbicara Bahasa Inggris

No	Jenis Ketidakfasihan	Contoh Ungkapan
1	<i>Hesitation</i> (Keraguan)	<i>You know I mean..., I think it is...</i>
2	<i>Fillers words</i>	<i>Uumm..., eee...well..., you know..., what is it...,</i>
3	<i>Repetitions</i> (Pengulangan)	<i>It is... it is..., very..very... it seems., it seems.. it likes..</i>
4	<i>False start</i>	<i>The heritage... sorry I mean the museum</i>

2. Dalam hal penggunaan Bahasa Inggris, saat ini masih banyak pemandu museum yang memiliki paradigma negatif terhadap Bahasa Inggris yang membuat sebagian mereka mundur dan

menghindar. Padahal, bagi seorang pemandu wisata di Museum, penguasaan Bahasa Inggris merupakan hal wajib yang harus mereka miliki, mengingat saat ini bukan hanya wisatawan Nusantara (wisnus) saja yang berkunjung ke museum, tapi juga wisatawan mancanegara (wisman). Berdasarkan hasil observasi pada saat pelatihan, ditemukan beberapa ketidaksesuaian pada elemen penting dalam keterampilan berbicara, seperti yang dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Elemen Berbicara Bahasa Inggris Pemandu Museum

No	Elemen Berbicara	Ungkapan Yang Digunakan
1	<i>Pronunciation</i> (Pelafalan)	Museum (musium), representative (/p/)
2	<i>Vocabulary</i> (kosa kata)	After this we will eat lunch in Café BMC
3	<i>Accuracy</i> (Grammar)	They can to go to..., we must to visit to...we going to the next room
4	<i>Fluency</i> (Kefasihan)	mmm.. eee.. I mean, sorry.. it is....

Pada simulasi di sesi pelatihan Bahasa Inggris, beberapa aspek di atas ternyata merupakan kendala yang kerap dirasakan oleh para pemandu dalam menguasai elemen penting dalam berbicara bahasa Inggris. Yang paling menonjol adalah masih ditemukannya *mispronouce* dalam pelafalan, yaitu membedakan bunyi /p/ dengan /f/, dan /s/ dengan /z/. Hal tersebut berkaitan dengan latar belakang kultur pemandu yang berasal dari daerah Jawa Barat, dimana pada umumnya memiliki kesulitan membedakan bunyi /p/ dan /f/. Pelafalan yang tidak tepat ini akan berdampak pada penyampaian makna, pada kata-kata tertentu. Selain *mispronounce*, kesalahan lain adalah penggunaan struktur kalimat *modal + (to infintive)* seperti pada contoh “we must to visit...” Contoh yang ditemukan dalam pelatihan ini memperlihatkan bahwa penutur memiliki kekurangan pemahaman tentangh penggunaan kata *modal* pada kalimat yang diucapkan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa peserta menjadi memiliki pemahaman lebih baik mengenai komunikasi hospitality. Namun, beberapa museum di Bandung belum memiliki standar komunikasi hospitality, yang meliputi: Kesantunan berbahasa, Hospitalitas, ketrampilan berbahasa Inggris (dan/atau asing lainnya), serta penerapan budaya/atribut lokal.

Sedangkan dalam aspek penguasaan Bahasa Inggris kepariwisataan peserta umumnya dapat dengan baik menjelaskan apa yang ada di museum, namun pemandu museum dan edukator perlu memahami lebih baik lagi tentang struktur dalam menerima telepon, menerima tamu dan menjelaskan tempat, dalam Bahasa Inggris.

Saran

Mempertimbangan hasil pelatihan bagi Pemandu dan Edukator Museum, Tim PkM memandang perlu bagi para peserta pelatihan untuk mendapatkan sesi pelatihan secara lebih intensif. Ini dikarenakan ketrampilan Komunikasi Hospitality dan penguasaan Bahasa Inggris dalam kepariwisataan memerlukan pelatihan yang intensif dan pembiasaan dalam praktik keseharian.

DAFTAR PUSTAKA

- DeVito, J. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Profesional Books.
- Juhana. 2011. *Students Difficulties in Speaking Class*. UPI. Unpublished thesis at the English Department, Postgraduate Studies.
- Hill & Brierley. 2003. *How to Measure Customer Satisfaction*. London: Routledge.
- Octovia Widya, H. M. 2021. *Community Empowerment In Developing Kampoeng Lama Tourism As An Educational Tourism Destination*. Asian Journal Of Management Entrepreneurship And Social Science, volume 1, 104.
- Rodger. 1998. *Leisure, Learning and Travel*. Journal of Physical Education, 69 (4): hal 28

- Sharma, A. 2015. *Educational Tourism: Strategy For Sustainable Tourism Development With Reference Of Hadauti And Shekhawati Regions Of Rajasthan, India*. Journal Of Knowledge Management, Economics And Information Technology, Vol.5, Issue 4. Scientific Papers (Www.Scientificpapers.Org)
- Undang-Undang No. Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 20 Ayat (2).
- Ur, P. 2009. *A Course in Language Teaching: Practice and Theory*. Cambridge Teacher Training and development.
- Wood, J, T. 2009. *Communication in Our Lives, USA*: University of North Carolina at Capital Hill.
- Asosiasi Museum Indonesia. *Profil Museum: Daftar Museum Seluruh Indonesia 2023*. <https://asosiasimuseumindonesia.org/anggota.html>. Diakses pada 25 Oktober 2023.