

PENYULUHAN KOMUNIKASI NON VERBAL PADA HIMPUNAN PRAMUWISATA INDONESIA (HPI) KABUPATEN BOGOR

Imani Satriani¹⁾, Qoute Nuraini Cahyaningrum²⁾

^{1,2}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan
email: imani_satriani@unpak.ac.id

Received: 05/10/2022| **Revised:** 07/11/2022| **Accepted:** 02/12/2022|

Abstract

Tourism in Bogor Regency always has its own charm for tourists. Tourism activities in Bogor close related with tourguide. Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Bogor is an organization who cope tour guides in Bogor Districts. Tour guide must have communication ability besides knowledge of tourist destination. Communication divided into verbal and non verbal communication. Verbal communication like oral and written communication. Non verbal communication like facial expression, gesture, dialect, etc. This Non Verbal Communication counseling is a part of community services activity with title Public Speaking and Non Verbal Communication for Tourist Guide. This activity aims to optimize tour guide's knowledge about nonverbal communication and to optimize tour guide's knowledge about nonverbal communication and its implementations in tourism activities. Methodes of this PKM implementation are lecture method, discussed and feedback collection method. The results of this community service activities including that HPI members become knowledgeable about non verbal communication in general. HPI members also become knowledgeable about non verbal communication for tourism activities.

Keywords: *Tourguide, Tourism in Bogor Regency, HPI*

Abstrak

Kegiatan Pariwisata di Kabupaten Bogor selalu memiliki daya tarik bagi para wisatawan. Kegiatan pariwisata ini erat kaitannya dengan pramuwisata atau pemandu wisata. Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) merupakan organisasi yang menaungi pramuwisata yang berasal dari berbagai kecamatan di Kabupaten Bogor. Para pramuwisata, selain harus memiliki pengetahuan mengenai wilayah, juga memerlukan keterampilan komunikasi. Bentuk komunikasi terbagi ke dalam bentuk verbal yang berupa bahasa lisan maupun tulisan dan bentuk komunikasi non verbal, yaitu bentuk komunikasi lainnya seperti komunikasi yang penyampaian pesannya melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh, apa yang dikenakan, dialek dan nada suara serta pesan komunikasi yang disampaikan melalui sentuhan dan bau-bauan. Penyuluhan komunikasi non verbal pada Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Kabupaten Bogor ini merupakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul Public Speaking and Non Verbal Communication for Tourist Guide. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk: 1. Mengoptimalkan pengetahuan komunikasi non verbal di kalangan pramuwisata Kab. Bogor 2. Mengoptimalkan pengetahuan komunikasi non verbal yang dikhususkan untuk kegiatan pariwisata. Kegiatan PKM ini dilakukan dengan metode pembelajaran, diskusi serta mengumpulkan umpan balik. Hasil dari kegiatan ini anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Bogor memiliki pengetahuan mengenai komunikasi nonverbal secara umum. Para anggota HPI juga memiliki pengetahuan mengenai komunikasi non verbal yang harus diketahui oleh para pramuwisata. Kesimpulan dari kegiatan ini yang adalah para anggota HPI menjadi memiliki pengetahuan bahwa komunikasi non verbal merupakan bagian penting dari proses komunikasi dimana pengetahuan mengenai komunikasi non verbal ini bisa diaplikasikan pada saat memandu para wisatawan.

Kata Kunci: Pramuwisata, Pariwisata Kabupaten Bogor, HPI

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya, baik dalam kelimpahan sumber daya

alam, kehidupan sosial hingga kebudayaannya. “Pesona Indonesia” merupakan salah satu bentuk kampanye yang dilakukan oleh kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia untuk mendukung promosi wisata Indonesia yang dapat memesonakan masyarakat lokal sedangkan “Wonderfull Indonesia” merupakan kampanye yang dilakukan untuk memesonakan masyarakat yang lebih luas (internasional) yakni turis mancanegara (Putri, 2019). Hal ini dapat menjadi petunjuk bahwa Indonesia memiliki pariwisata alam yang indah sehingga dapat menarik perhatian lokal dan mancanegara untuk berkunjung atau berwisata di setiap daerah di Indonesia.

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan berpergian untuk sementara waktu yang kerap dilakukan oleh masyarakat untuk mencari suasana baru. United Nation World Tourism Organization juga telah merumuskan definisi pariwisata sebagai suatu kegiatan berpergian dan tinggal baik perseorangan ataupun kelompok di luar dari tempat tinggal yang tidak lebih dari satu tahun untuk keperluan berwisata, bisnis atau tujuan lain di tempat yang dikunjunginya (UNWTO, 2013). Pariwisata yang menyuguhkan pemandangan semesta (alam) yang asri dan indah merupakan hal yang diminati oleh wisatawan (Situmorang, 2022). Kementerian Perhubungan menerangkan bahwa pariwisata merupakan suatu sumber andalan utama untuk devisa negara Indonesia (Kementerian Perhubungan, 2019). Dapat dikatakan bahwa setiap daerah di Indonesia berpotensi sebagai destinasi wisata Indonesia. Salah satunya adalah wilayah kabupaten Bogor, Jawa Barat. Wilayah Kabupaten Bogor memiliki berbagai destinasi wisata alam yang terkenal seperti Curug Lewi Hejo, Kawah Ratu, Telaga Saat, Gunung Gede Pangrango, Gunung Pancar, Telaga Warna, Curug Cikawah dan lain sebagainya (Oktaviani, 2022).

Di setiap destinasi wisata dipastikan memiliki pemandu wisata (Tour Guide) yang bertugas untuk memandu dan mengenalkan destinasi tersebut kepada wisatawan. Di Indonesia, pemandu wisata (Tour Guide) memiliki suatu asosiasi ataupun perkumpulan resmi bernama Himpunan Pramuwisata Indonesia disingkat HPI. HPI telah memiliki keanggotaan mulai dari pengurus nasional di tingkat pusat hingga pengurus pimpinan cabang di tingkat kabupaten. Asosiasi HPI ini bertujuan untuk mengikat, memastikan dan mempromosikan para pemandu wisata agar diakui sebagai duta negara (Himpunan Pramuwisata Indonesia, 2022).

Pramuwisata memiliki peran di dalam mendorong pengembangan sektor pariwisata, tidak terkecuali di Kabupaten Bogor. Keberadaan pramuwisata bisa dikatakan sebagai wakil atau representatif wilayah wisata, karena memiliki pengetahuan mengenai daerah wisata. Salah satu Organisasi pramuwisata yang ada di Indonesia adalah Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) yang ada di berbagai wilayah pariwisata di Indonesia, termasuk di wilayah Kabupaten Bogor. HPI Kabupaten Bogor merupakan cabang dari pimpinan daerah Jawa Barat (DPD HPI Jawa Barat). HPI Kabupaten Bogor memiliki 23 anggota yang terbagi ke dalam perwakilan wilayah Kabupaten Bogor. Pada realitas yang ada jumlah pramuwisata di Kabupaten Bogor jumlahnya melebihi 23 orang, karena masih banyak pramuwisata lokal yang belum tergabung dengan HPI.

Salah satu bagian dari HPI yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Himpunan Pramuwisata Indonesia Cabang Kabupaten Bogor. Ketua HPI Kabupaten Bogor adalah bapak Deni Hamdani dan wakilnya adalah bapak Joy Effendi. Tercatat bahwa HPI Kabupaten Bogor telah memiliki kurang lebih sekitar 1200 pemandu wisata. Namun, fakta di lapangan ditemukan bahwa hanya 174 anggota HPI Kabupaten Bogor yang telah memiliki

sertifikasi sebagai pemandu wisata (Awaludin, 2020). Selain itu, ditemukan juga 800 pemandu wisata ilegal yang kian marak tersebar di wilayah kepengurusan Kabupaten Bogor divisi Arab (Robby, 2020). Hal ini merupakan permasalahan yang sangat krusial di dunia kepariwisataan Kabupaten Bogor dan harus segera dibenahi secepatnya.

Pada dasarnya, sertifikasi diperlukan untuk setiap pekerjaan, salah satunya dalam bekerja menjadi pemandu wisata. Sertifikat kompetensi pemandu wisata dapat digunakan sebagai bukti konkrit untuk meningkatkan mutu pelayanan kepada wisatawan (Ayuningtyas & Sunyoto, 2019). Sertifikasi kompetensi di bidang pariwisata juga telah ditetapkan dalam PP No 52 Tahun 2012 berbunyi bahwa sertifikat kompetensi di bidang pariwisata adalah bukti tertulis yang diterbitkan oleh lembaga sertifikasi profesi terlisensi yang menerangkan bahwa seseorang telah menguasai kompetensi kerja tertentu sesuai dengan SKKNI bidang pariwisata, standar internasional dan/atau standar khusus .

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat diasumsikan bahwa seorang pemandu wisata harus memenuhi beberapa persyaratan dan pelatihan khusus agar dapat menjadi pemandu wisata yang sesuai dengan standart. Profesi sebagai pemandu wisata pasti berkaitan dengan kegiatan berkomunikasi. Hal ini dikarenakan pemandu wisata akan berinteraksi dengan wisatawan untuk menyampaikan informasi mengenai destinasi wisata. Berdasarkan asumsi tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang pemandu wisata adalah kemampuan public speaking. Apabila seorang guide telah melakukan pelatihan sertifikasi, maka dapat diasumsikan bahwa pemandu wisata tersebut dapat menyampaikan informasi dengan efektif kepada wisatawan. Dalam teori, komunikasi terbagi menjadi dua yakni komunikasi verbal dan komunikasi non

verbal. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan tulisan sedangkan komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang menggunakan bahasa tubuh, gesture dan lain sebagainya.

Pada dasarnya, pemandu wisata diharapkan memiliki daya tarik tersendiri. Daya Tarik guide dapat dilihat dari kesantunan berbicara, pakaian yang dikenakan ataupun bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi (logat/dialek) (Saepudin et al., 2016). Dalam jurnal berjudul “Pola Komunikasi Pemandu Wisata (Guide) Kampung Wisata Batik Kauman Surakarta” dinyatakan bahwa pola komunikasi yang dilakukan oleh pemandu wisata adalah satu arah yakni guide mampu mempersuasif wisatawan dengan melobi tamu dengan bahasa dan gesture yang baik (Rahmawati, 2014). Selain memiliki kemampuan mempersuasif, seorang pemandu wisata diharapkan memahami komunikasi lintas budaya serta mendapat pelatihan public speaking dasar (berbicara di depan umum dan menggunakan bahasa tubuh) sebagai bentuk komunikasi non verbal untuk menunjang kegiatan pemanduan (Wirman et al., 2017).

Dalam penyampaian informasi, diharapkan pemandu wisata dapat menyampaikan informasi dengan artikulasi dan gesture tubuh yang jelas. Ketika seorang pemandu wisata berinteraksi dengan wisatawan, hal yang dilakukan adalah bercerita (storytelling) mengenai destinasi wisata tersebut. Kegiatan storytelling dipadukan dengan komunikasi verbal dan non verbal. Dalam jurnal berjudul “Komunikasi Non Verbal dalam Storytelling”, storytelling dilakukan dengan 55% komunikasi non verbal berupa bahasa tubuh (Harun, 2021). Dalam komunikasi non verbal, gesture dan ekspresi wajah dapat berupa kontak mata, tersenyum, membuang muka hingga gerakan menunjuk menggunakan ibu jari dan sebagainya.

Terlepas dari sudah atau belum bergabungnya di HPI, Pramuwisata tetap memerlukan kemampuan berkomunikasi baik secara verbal maupun secara non verbal. Kemampuan berkomunikasi merupakan hal utama yang diperlukan oleh pramuwisata selain pengetahuan dan penguasaan mengenai tempat tujuan pariwisata serta hal lainnya. Anggota HPI pasti akan selalu berinteraksi dengan berbagai pihak seperti pihak internal organisasi HPI sendiri, pihak lain yang terlibat seperti penyedia tempat wisata, para wisatawan serta pihak lainnya.

Kemampuan berkomunikasi juga merupakan salah satu kompetensi penting yang akan dinilai pada saat pramuwisata menjalani proses sertifikasi pramuwisata. Sertifikasi pramuwisata dirasakan penting untuk menjaga kredibilitas pramuwisata di mata wisatawan.

Kemampuan berkomunikasi para pramuwisata untuk bahasa asing dari hasil pengamatan pengabdian dirasakan masih kurang. Seperti kemampuan bahasa Inggris dirasa masih lemah, hanya sebagian kecil dari pramuwisata yang lancar berbahasa Inggris. Terdapat satu orang yang menguasai bahasa Belanda dan banyak diantaranya yang menguasai bahasa Arab, khususnya pramuwisata yang berasal dari kawasan puncak. Di wilayah puncak sebagian besar wisatawan asing yang datang berasal dari timur tengah, di daerah Kabupaten Bogor lain sebagian besar wisatawan yang datang adalah wisatawan lokal dari berbagai daerah di Indonesia.

Saat berkomunikasi baik itu dengan menggunakan bahasa asing maupun Bahasa Indonesia, akan selalu melibatkan komunikasi non verbal. Albert Mehrabian (1981) dalam Sendjaja mengatakan bahwa makna dari setiap pesan komunikasi dihasilkan dari fungsi-fungsi berikut : 7% pernyataan verbal, 38% bentuk vokal, dan 55% ekspresi wajah (Sendjaja, 2004:61). Bentuk vokal dan ekspresi wajah termasuk ke dalam bentuk komunikasi non verbal.

Komunikasi nonverbal adalah tindakan-tindakan manusia yang secara umum sengaja dikirimkan dan diinterpretasikan seperti tujuannya dan memiliki potensi akan adanya umpan balik (feedback) dari yang menerimanya". (Sendjaja, 2004:64). Komunikasi nonverbal memiliki beberapa fungsi diantaranya:

1. Repetisi, mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal
2. Substitusi, menggantikan lambang-lambang verbal
3. Kontradiksi, menolak pesan verbal atau memberikan makna yang lain terhadap pesan verbal
4. Komplemen, melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal
5. Aksentuasi, menegaskan pesan verbal atau menggaris bawahinya. (Rakhmat, 2008:287)

Komunikasi non verbal juga terbagi lagi ke dalam beberapa jenis diantaranya: Rakhmat (2008) mengelompokkan pesan-pesan nonverbal sebagai berikut:

- a. Pesan kinesik. Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti, terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural
- b. Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain
- c. Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik
- d. Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal
- e. Pesan sentuhan dan bau-bauan.

Pemahaman mengenai komunikasi non verbal dirasa akan sangat membantu para pramuwisata di dalam menjalankan pekerjaannya sebagai pemandu wisata. Dengan demikian, kami para dosen pengabdian dari Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Universitas Pakuan mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan cara memberikan penyuluhan mengenai komunikasi non verbal pada Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Kabupaten Bogor. Kegiatan ini berlangsung pada 30 September 2022 di Kampoeng Wisata Cinangneng Jl. Babakan Kemang RT/RW 01/02 Cihideung Udik Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor.

METODE KEGIATAN

Metode yang digunakan dalam penyuluhan adalah metode ceramah dan diskusi. Metode ceramah adalah suatu cara dalam menerangkan dan menjelaskan suatu ide, pengertian atau pesan secara lisan kepada sekelompok sasaran sehingga memperoleh informasi sesuai dengan yang diinginkan (Notoatmodjo, 2010). Metode ceramah dilakukan di depan anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia Cabang Kabupaten Bogor yang terdiri dari 80 peserta. Peserta yang diantaranya, anggota HPI Bogor Barat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini memiliki judul Public Speaking and Non Verbal Communication for Tourist Guide Kegiatan ini merupakan salah satu kegiatan dari beberapa kegiatan yang telah dilakukan dosen pengabdian dari Universitas Pakuan pada mitra HPI Kab. Bogor.

Kegiatan dilakukan dengan cara mengadakan penyuluhan. Penyuluhan merupakan proses perubahan perilaku yang berkelanjutan, dimana perubahan yang dituntut tidak semata-mata karena penambahan pengetahuan saja, namun diharapkan adanya perubahan pada keterampilan sekaligus sikap mantap yang menjurus kepada tindakan atau kerja yang lebih baik, produktif dan menguntungkan (Lucie, 2005).



Adapun materi yang disampaikan di dalam ceramah antara lain pengetahuan tentang komunikasi non verbal dan contoh penerapan komunikasi non verbal pada kegiatan kepramuwisataan:

Pada tahap awal, penyuluhan dilaksanakan dalam bentuk memberikan ceramah dengan bantuan slide proyektor dan aplikasi powerpoint. Isi pemaparan awal adalah mengenai komunikasi. Mengenai apa yang dimaksud dengan komunikasi, jenis jenis komunikasi



Tahap kedua materi ceramah yaitu fokus pada komunikasi non verbal. Apa yang dimaksud dengan komunikasi non verbal. Jenis-jenis komunikasi non verbal, apa saja fungsi komunikasi nonverbal. Pada tahap ini pengabdian menampilkan video mengenai contoh komunikasi non verbal dengan bantuan slide proyektor dan power point. Pada bagian ini para peserta terlihat tertarik mengenai komunikasi non verbal dengan ciri para peserta memperhatikan dengan seksama ceramah serta video yang ditayangkan.

Tahap ketiga adalah ceramah dengan fokus pemaparan penerapan komunikasi non verbal pada kegiatan kepariwisataan. Komunikasi non verbal seperti yang

dipaparkan oleh Rahmat (2008)) terdiri dari:

- a) Pesan kinesik. Pesan nonverbal yang menggunakan gerakan tubuh yang terdiri dari tiga komponen utama: pesan fasial, pesan gestural, dan pesan postural. Pesan Fasial yang berhubungan dengan wajah, seperti cara melihat, gerakan alis, gerakan hidung, gerakan bibir, raut muka dan lainnya. Pesan-pesan gestural yang berhubungan dengan gerakan anggota badan, seperti gerakan tangan, gerakan kepala, gerakan kaki dan lainnya. Sementara pesan-pesan postural berhubungan gerakan badan secara keseluruhan, seperti cara duduk, cara berdiri, dan lainnya. Misalnya pada saat memandu wisata, wajah merupakan hal utama selain komunikasi lisan. Wajah yang selalu ceria juga diperlukan pramuwisata pada saat menghadapi tamu. Hal ini diperlukan untuk memberikan kenyamanan kepada tamu. Selain itu dengan raut wajah yang ceria juga bisa sebagai bentuk persuasi dan sebagai bentuk keramahtamahan dan tamu juga merasa dilayani. Pesan kinesik juga bisa dimanfaatkan oleh pramuwisata pada saat memahami wisatawan.

Pramuwisata bisa menebak apakah wisatawan reaksi wisatawan melalui mimik wajahnya. Mimik wajah merupakan reaksi asli dari emosional seseorang, jadi mimik wajah, apalagi pada 3 detik awal merupakan reaksi yang jujur dari tanggapan seseorang terhadap sesuatu. Selain wajah, gerakan tangan juga harus diperhatikan. Posisi tangan saat berhadapan dengan tamu (wisatawan) juga perlu diperhatikan. Contoh gesture seperti tangan jangan menyilang atau dimasukkan ke dalam saku saat berkomunikasi dengan tamu, karena dianggap kurang sopan atau dianggap kurang ramah. Berjabat

tangan seharusnya sejajar, tapi disesuaikan dengan budaya dan tamu yang ada.

Pada beberapa budaya, cara menunjuk juga cenderung sama, cara menunjuk dengan telunjuk dianggap kurang sopan, pada budaya sunda biasanya memakai ibu jari untuk menunjukkan sesuatu atau dengan telapak tangan yang terbuka untuk menunjukkan sesuatu atau sebuah tempat.

- b) Pesan proksemik disampaikan melalui pengaturan jarak dan ruang. Umumnya dengan mengatur jarak kita mengungkapkan keakraban kita dengan orang lain. Pesan proksemik berkaitan dengan ruang, jarak berkomunikasi kita dengan komunikan, ini bisa memberikan pesan tersendiri mengenai kedekatan antar individu. Misalnya awalnya jauh tapi saat di tempat wisata jarak dengan wisatawan menjadi dekat. Ini juga bentuk komunikasi non verbal. Cara mempersuasi tamu bisa dengan cara dihampiri, diajak mengobrol hal hal yang ringan. Tapi pada saat bertemu wisatawan, terutama wisatawan asing hendaknya harus memperhatikan jarak, jangan terlalu dekat untuk menjaga para wistawan agar tetap nyaman.
- c) Pesan artifaktual diungkapkan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Komunikasi atrifaktual bisa diterapkan dalam dalam bentuk tampilan luar seperti seragam. Penampilan luar ini hendaknya diperhatikan juga, karena orang lain seringkali melihat dari sisi penampilan kita. Dalam sesi diskusi dikatakan ada pramuwisata yang menjemput tamu dengan memakai celana pendek dan memakai sandal jepit. Hal ini tentu dianggap kurang sopan meskipun terlihat santai. Apabila diketahui pramuwisata ini mengatasnamakan HPI maka ini berpengaruh kepada citra HPI itu sendiri. Masih berhubungan dengan pesan artifaktual

hal ini bisa dibuat dengan membuat seragam dan id card anggota HPI. Perwakilan HPI dari korwil Puncak menginginkan adanya seragam dan id card bukan semata untuk tampilan luar saja, tapi juga sebagai identitas anggota HPI. Karena di wilayah puncak banyak pramuwisata ilegal. Dengan adanya seragam atau id card HPI, ini bisa digunakan sebagai tanda serta legalitas seorang pramuwisata dan ke depannya diharapkan bisa membuat wisatawan lebih percaya untuk dipandu oleh pramuwisata yang berseragam, artinya mereka bisa memiliki kredibilitas sebagai pramuwisata. Pihak HPI juga menanggapi hal ini dan berpikir sama bahwa HPI harus memiliki identitas tersendiri

- d) Pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Pesan paralinguistik seperti nada suara, intonasi, logat bicara. Nada suara merupakan pesan komunikasi. Nada suara terkadang lebih penting daripada isi pesan verbal yang berupa kata dan kalimat. Nada suara sangat bisa mencerminkan keadaan emosi pada saat itu, misalnya nada suara tinggi biasanya dipakai oleh orang yang sedang marah, atau bersemangat. Tapi ini juga harus dipelajari, budaya arab memiliki pengertian pemahaman yang agak berbeda dengan masyarakat sunda. Di dalam masyarakat sunda berbicara dengan nada yang pelan dianggap sopan dan menghargai lawan bicara, dan berbicara dengan suara dan nada yang kencang atau tinggi dianggap kurang sopan. Ini memiliki makna terbalik dengan orang-orang yang berkebangsaan arab. Pada budaya mereka nada suara yang kencang dan tinggi menandakan keakraban dan kejujuran, sebaliknya nada suara yang lemah atau kecil menunjukkan kepalsuan. Terkadang

nada suara lebih penting dari isi pesan yang disampaikan. Dari pemaparan ini berarti cara menyampaikan pesan melalui pesan komunikasi juga non verbal, diantaranya nada dan intonasi suara harus diperhatikan. Jadi pada akhirnya cara menyampaikan pesan disesuaikan, bagaimana nyamannya. Bukan terkait *what you* tapi *how you say*

- e) Pesan sentuhan dan bau-bauan. Juga seharusnya diperhatikan, usahakan harum dan rapi karena orang lain bisa merasa nyaman saat kita juga harum.

Pramuwisata selama proses penyuluhan berlangsung, mitra anggota HPI sangat memperhatikan pemaparan materi dan mereka antusias dalam menyimak pemaparan mengenai komunikasi non verbal. Penyuluhan masih pada tahap sadar (*awareness*) dan tahap minat, pada tahap ini para anggota HPI mulai ingin mengetahui lebih banyak tentang komunikasi non verbal. Salah satu contohnya melalui ketua HPI Kabupaten Bogor akan mulai membenahi keanggotaannya, diantara caranya dengan membuat seragam dan kartu keanggotaan HPI sebagai identitas pramuwisata yang memiliki kredibilitas baik.

SIMPULAN

Hasil dari kegiatan ini anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) Bogor memiliki pengetahuan mengenai komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal secara umum. Para anggota HPI juga memiliki pengetahuan mengenai komunikasi non verbal yang harus diketahui oleh para pramuwisata. Kesimpulan dari kegiatan ini yang adalah para anggota HPI menjadi memiliki pengetahuan bahwa komunikasi non verbal merupakan bagian penting dari proses komunikasi dimana pengetahuan mengenai komunikasi non verbal ini bisa diaplikasikan pada saat memandu para wisatawan. Komunikasi Non verbal juga apabila secara keseluruhan diaplikasikan

bisa meningkatkan citra dan kredibilitas HPI. Saran yang bisa diberikan kepada HPI dari tim PKM Fisib Universitas Pakuan, agar komunikasi non verbal benar benar diperhatikan dan diaplikasikan dalam kegiatan kependamuwisataan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami selaku dosen pengabdian pada Universitas Pakuan mengucapkan terimakasih kepada HPI kabupaten Bogor yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Kami juga mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dekan Fisib dan juga keluarga FISIB Universitas Pakuan secara keseluruhan yang sudah memberikan dukungan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bisa dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Awaludin, Y. (2020). 1.026 Pramuwisata di Kabupaten Bogor Tak Bersertifikasi. www.Radarbogor.Com.
<https://www.radarbogor.id/2020/02/11/1-026-pramuwisata-di-kabupaten-bogor-tak-bersertifikasi/>
- Ayuningtyas, H. P., & Sunyoto. (2019). Sertifikasi Kompetensi Pemandu Wisata Untuk Meningkatkan Mutu Pelayanan Kepada Wisatawan Di Surakarta. 7.
- Lucie, S (2005). Teknik Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Harun, R. (2021). Komunikasi Nonverbal dalam Proses Pelatihan. *Mediator*, 3(2), 306.
- Himpunan Pramuwisata Indonesia. (2022). Tentang - Himpunan Pramuwisata Indonesia. www.Linkedin.Com.
<https://www.linkedin.com/company/dpd-hpi-dki-jakarta/posts/?feedView=all>
- Kementerian Perhubungan. (2019). Jadi Sumber Utama Devisa Negara, Kemenhub Bangun Infrastruktur Transportasi 5 Bali Baru. www.Dephub.Go.Id.
<https://dephub.go.id/post/read/jadi-sumber-utama-devisa-negara,-kemenhub-bangun-infrastruktur-transportasi-5-bali-baru>
- Notoatmodjo. (2010). Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta.
- Oktaviani, T. (2022). 8 Rekomendasi Tempat Wisata Alam di Bogor. www.Megapolitan.Kompas.Com.
<https://megapolitan.kompas.com/read/2022/06/25/02150021/8-rekomendasi-tempat-wisata-alam-di-bogor?page=all>
- Putri, V. M. (2019). Makna di Balik Logo Wonderful Indonesia, Sudah Tahu Belum? www.Travel.Detik.Com.
<https://travel.detik.com/travel-news/d-4792688/makna-di-balik-logo-wonderful-indonesia-sudah-tahu-belum>
- Rahmawati, A. F. (2014). Pola komunikasi pemandu wisata (. *Journal of Rural and Development*, V(2), 193–202.
- Rakhmat, Jalaludin. (2008). Psikologi Komunikasi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Robby. (2020). 800 Tour Guide Ilegal Berkartu HPI Palsu Berkeliaran di Bogor. www.Jabarnews.Com.
- Saepudin, E., Budiono, A., & Rohman, A. S. (2016). Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Desa Wisata Agro di Kabupaten Bandung Barat. *Edulib*, 6(2), 154–168.
[file:///C:/Users/Perpustakaan/Downloads/Edulib/Vol 6 No 2 - 2016/5027-10126-1-PB.pdf](file:///C:/Users/Perpustakaan/Downloads/Edulib/Vol%206%20No%20-%202016/5027-10126-1-PB.pdf)
- Sendjaja, S. Djuarsa. (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Universitas Terbuka

Situmorang, M. T. N. (2022). Pariwisata Berbasis Siaga Bencana Di Era Disrupsi (Tourism Based on Disaster Awareness in the Era of Disruption). Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK), 1(April), 1–6.
<https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.7>

Wirman, W., Sari, G. G., Yesicha, C., & Susanti, H. (2017). Pelatihan Pemberdayaan Guide Lokal Dalam Di Kabupaten Rokan Hilir. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 224–237.
<https://ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/4752/4491>