

PERAN KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM INTERPRSTASI WISATA BUDAYA DI DESA BANTAR AGUNG, MAJALENGKA JAWA BARAT

Oleh :

¹Elmi Nurvianti, ²R. Dewi Mutia Farida, ³Gurruh Dwi Septano, ⁴Reni,
⁵Santos Winarso Dwiyo

^{1,2,3,4}Politeknik PGRI Banten

Jl. Serang-Cilegon No.KM, RW.12, Serdang, Kec. Kramatwatu, Kabupaten Serang, Banten 42161

⁵Universitas Esa Unggul

Jl. Arjuna Utara No.9, RT.1/RW.2, Duri Kepa, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11510

e-mail: elmi@politeknikpgribanten.ac.id¹, radendewimutia@gmail.com²,
gurruh@politeknikpgribanten.ac.id³, reni8511@gmail.com⁴, santoswinarso72@gmail.com⁵

ABSTRACT

This community service activity focuses on developing tourism villages through improving tourism communication strategies. This activity aims to make partners a model for sustainable community economic growth through the potential of tourism villages in Bantar Agung village, Majalengka, West Java. With a tourism communication strategy. The community empowerment program is at the core of this activity by implementing a community based tourism approach where partners are placed as the main actors at every stage of planning, implementation, and evaluation of programs in tourism communication. The approach taken in this community service activity is based on the principle of community independence, this method aims to make partners understand tourism communication, be able to explain tourist friendly services, and understand the role of the community as host, also can strengthen the ability of tourism village managers in managing visitors with hospitality and profesionalism. The target output of this community service activity is one article published in electronic media, activity videos and increasing partner empowerment.

Keywords : *Tourism Village, Tourism Communication, Host*

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini memfokuskan pada pengembangan desa wisata melalui peningkatan strategi komunikasi pariwisata. Kegiatan ini bertujuan untuk menjadikan mitra sebagai model pertumbuhan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan melalui potensi desa wisata yang ada di Desa Bantar Agung, Majalengka, Jawa Barat. Dengan strategi komunikasi pariwisata. Program pemberdayaan masyarakat sebagai inti dari kegiatan ini dengan melakukan pendekatan *community based tourism* dimana mitra ditempatkan sebagai pelaku utama pada setiap tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program dalam komunikasi pariwisata. Pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini berprinsip pada kemandirian masyarakat, metode ini bertujuan agar para mitra memahami tentang komunikasi pariwisata, dapat menjelaskan pelayanan ramah wisata, dan mengetahui peran masyarakat sebagai host, juga dapat menguatkan kemampuan pengelola desa wisata dalam hal mengelola pengunjung dengan keramah tamahan dan

profesionalisme. Target luaran kegiatan pengabdian ini yaitu satu artikel yang terbit pada media elektronik, video kegiatan dan meningkatkan pemberdayaan mitra.

Kata Kunci : Desa Wisata, Komunikasi Pariwisata, Host

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Setiap desa memiliki potensi untuk dijadikan komoditas wisata unggulan. Keindahan dan keunikan alam akan menjadi wisata alam. Jika desa tersebut memiliki keunikan tradisi dan budayanya bisa menjadi destinasi wisata budaya. Kondisi yang demikian dapat dikemas secara optimal melalui kegiatan kepariwisataan. Kegiatan kepariwisataan ini sangat diharapkan memiliki dampak terhadap masyarakat sekitar dalam meningkatkan pendapatan dan juga menjaga agar kelestarian potensi desa yang dimiliki dapat terjaga. Pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini berprinsip pada kemandirian masyarakat, metode ini bertujuan agar para mitra memahami tentang komunikasi pariwisata, dapat menjelaskan pelayanan ramah wisata, dan mengetahui peran masyarakat sebagai host, juga dapat menguatkan kemampuan pengelola desa wisata dalam hal mengelola pengunjung dengan keramah tamahan dan profesionalisme.

Desa bantar agung kini tumbuh sebagai desa wisata yang berbasis alam dan budaya. Sayangnya, banyak wisatawan datang hanya untuk foto, lalu pulang tanpa memahami nilai dibaliknya. Disinilah komunikasi pariwisata berperan. Komunikasi bukan sekedar menjelaskan, tapi menginterpretasikan mengubah informasi jadi makna. Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan aktivitas komunikasi pariwisata dan branding. Untuk memasarkan produk, perlu dilakukan pencitraan desa wisata yang dapat dilihat dari berbagai image yang menitikberatkan pada kearifan lokal. Kemampuan desa wisata tentang potensi yang dimiliki para pelaku usaha pariwisata akan menjadi komoditas unggulan dalam pariwisata. Penguatan terhadap strategi-strategi komunikasi pemasaran juga bisa dipastikan akan berlangsung dengan baik.

Interpretasi wisata merupakan seni menjelaskan makna dan hubungan warisan budaya kepada pengunjung. Tujuannya bukan menghafal tahun dan nama raja, tetapi membuat tamu merasakan kenapa tradisi itu penting bagi warga.

Berdasarkan analisa situasi di atas, maka diperlukan bagi mitra desa wisata untuk memahami komunikasi pariwisata yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang positif. Dalam kegiatan pariwisata, komunikasi tidak hanya dilakukan secara verbal melalui percakapan, tetapi juga secara non-verbal seperti sikap, ekspresi wajah dan bahasa tubuh, serta melalui media digital seperti media sosial dan platform promosi. Selain itu, komunikasi yang ramah, jelas dan sopan juga mampu membangun hubungan yang baik antara masyarakat sebagai tuan rumah (host) dengan wisatawan sebagai tamu (guest).

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada Jum'at - Sabtu, 08-09 Mei 2026 yang diikuti masyarakat desa Bantar Agung, Majalengka - Jawa Barat . Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara tatap muka di ruang desa dengan materi Komunikasi dan Pelayanan Ramah Wisata: Masyarakat Sebagai Host Desa Wisata.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

1. Presentasi, metode ini digunakan untuk menyampaikan penjelasan kepada peserta

mengenai materi terkait.

2. Tanya Jawab dan Diskusi, metode ini dilakukan untuk menggali persoalan – persoalan yang berhubungan dengan materi. Selain itu juga, agar peserta lebih memahami tentang materi dan persoalan yang dihadapi peserta dalam komunikasi pariwisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tema dan Bentuk Kegiatan

Kegiatan pengabdian yang dilakukan memiliki tema “Komunikasi dan Pelayanan Ramah Wisata: Masyarakat Sebagai Host Desa Wisata”. Kegiatan ini dipilih memberikan edukasi komunikasi pariwisata dan peranan host dalam interpretasi..

2. Tempat dan waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertempat di Desa Bantar Agung, Majalengka – Jawa Barat.. Kegiatan ini diselenggarakan pada 08 – 09 Mei 2026

3. Peserta Kegiatan

Program Pengabdian pada Masyarakat (P2M) merupakan kegiatan yang berkolaborasi dengan dosen di berbagai perguruan tinggi yang bekerjasama dengan masyarakat desa Bantar Agung sebagai berikut:

- a. Peserta : Masyarakat Desa Bantar Agung
- b. Jumlah peserta : 20 orang

4. Proses Kegiatan

TANGGAL	WAKTU	KEGIATAN	PIC
08 Mei 2026	08.00 – 08.05	Pembukaan	Elmi Nurvianti
	08.05 – 08.15	Sambutan Kepala Desa	Kepala Desa
	08.00 – 08.30	Motivasi	Dewi Mutia
	08.30 – 11.30	Materi Pelatihan 1	Gurruh
	11.30 – 14.00	Ishoma	Panitia
	14.00 – 17.00	Materi Pelatihan 2	Reni
09 Mei 2026	09.00 – 11.30	Materi Pelatihan 3	Santos Winarso
	11.30 – 13.00	Ishoma	Panitia
	13.00 – 16.00	Materi Pelatihan 4	Elmi Nurvianti
	16.00 – 17.00	Penutupan, Foto bersama, Kesan-kesan dari peserta	Elmi Nurvianti

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan melakukan presentasi materi secara offline kepada para peserta yang hadir, menggunakan media infokus untuk menampilkan slide materi sehingga dapat dilihat dan dimengerti oleh peserta. Setelah pemaparan materi, peserta diberi kesempatan untuk bertanya sehingga apa yang dijelaskan dapat dipahami dengan baik dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk berkontribusi aktif dalam kegiatan pelatihan tersebut. Adapun tahapan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

- a. Melakukan rapat koordinasi dengan tim atau dengan panitia pelaksana abdimas
- b. Koordinasi dengan mitra yaitu Masyarakat desa Bantar Agung, Kab. Majalengka Jawa Barat
- c. Membuat proposal permohonan ijin kegiatan pengabdian masyarakat kepada

institusi

- d. Pengurusan administrasi (surat-menyurat)
- e. Persiapan alat mulai dari membuat form absen dan sertifikat
- f. Penyusunan bahan/materi pelatihan : slide Power point untuk kegiatan Pelatihan Komunikasi dan Pelayanan Ramah Wisata : Masyarakat Sebagai Host Desa Wisata di Desa Bantar Agung Majalengka, Jawa Barat
- g. Kegiatan Gladi bersih untuk panitia di hari H pelaksanaan

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

- a. Pembukaan dan perkenalan dengan para Masyarakat desa Bantar Agung, Kab. Majalengka Jawa Barat yang menjadi sasaran kegiatan
- b. Perkenalan Tim Dosen Abdimas
- c. Sambutan dari Kepala desa Bantar Agung
- d. Ice Breaking yang dilakukan moderator
- e. Pemaparan materi untuk Komunikasi dan Pelayanan Ramah Wisata : Masyarakat Sebagai Host Desa Wisata oleh Nara Sumber

3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

- a. Pembukaan dan perkenalan dengan para warga Desa Bantar Agung, Kabupaten Majalengka yang menjadi sasaran kegiatan
- b. Perkenalan Tim Dosen Abdimas
- c. Sambutan dari Kepala Desa Bantar Agung, Kabupaten Majalengka
- d. Ice Breaking yang dilakukan moderator
- e. Pemaparan materi untuk Pelatihan Komunikasi dan Pelayanan Ramah Wisata oleh Nara Sumber



Kegiatan selanjutnya adalah pendampingan pelatihan mengenai peran komunikasi pariwisata dalam interpretasi dan peranan host dalam komunikasi pariwisata dalam memajukan wisata desa.

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat serta membuka lapangan kerja. Dalam

perkembangannya, konsep pariwisata tidak lagi hanya berfokus pada objek wisata, tetapi juga pada keterlibatan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam pengelolaan destinasi, khususnya dalam pengembangan desa wisata. Komunikasi pariwisata merupakan proses penyampaian informasi dan interaksi antara pelaku pariwisata dengan wisatawan yang bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang positif. Dalam kegiatan pariwisata, komunikasi tidak hanya dilakukan secara verbal melalui percakapan, tetapi juga secara non-verbal seperti sikap, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh, serta melalui media digital seperti media sosial dan platform promosi. Komunikasi yang efektif sangat penting karena dapat membantu wisatawan memahami informasi mengenai destinasi, budaya lokal, serta aturan yang berlaku.

Selain itu, komunikasi yang ramah, jelas, dan sopan juga mampu membangun hubungan yang baik antara masyarakat sebagai tuan rumah (host) dengan wisatawan sebagai tamu (guest). Dimana komunikasi pariwisata menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan wisatawan, membangun citra positif destinasi, serta mendorong kunjungan ulang di masa mendatang. Dalam komunikasi efektif, ada beberapa prinsip yang perlu dilakukan yaitu: ramah, empati, jelas, sabar, dan adaptif. Dampak positif dari komunikasi pariwisata adalah kepuasan wisatawan, citra positif desa, kunjungan ulang, dan peningkatan ekonomi masyarakat. Komunikasi dan pelayanan adalah kunci dari keberhasilan desa wisata dan masyarakat berperan sebagai faktor utama dalam terciptanya komunikasi pariwisata. Pelayanan yang baik juga dapat meningkatkan daya saing wisata.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil survey dapat disimpulkan kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk memberikan pemahaman mengenai potensi desa wisata dan komunikasi pariwisata untuk meningkatkan pendapatan desa. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat desa untuk memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang komunikasi pariwisata. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif dan signifikan untuk sektor pariwisata desa dan para pelaku usaha UMKM desa Bantar Agung, Kab. Majalengka – Jawa Barat. Dimana mitra dapat memahami tentang komunikasi pariwisata, pelayanan ramah wisata, dan mengetahui peran masyarakat sebagai tuan rumah (host).

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianti, Nita dan Tanto Lailam.2019. Pengembangan Desa Wisata Melalui Penguatan Strategi Komunikasi Pariwisata. Prosiding Senadimas UNISRI.
- Eko Murdiyanto.2011.Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Karanggeneng, Purwobinangun, Pakem, Sleman. Jurnal Sepa Vol. 7. No. 2
- Made Heny Urmila Dewi, Chafid Fandeli, M. Baiquni. 2013.Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan,Bali. Jurnal Kawistara, Vol. 3, No. 2
- Widjajanti, Kesi.2011. Model Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Ekonomi Pembangunan. Vol. 12, No. 1.

Yusuf Adam Hilman dan Krisna Megantari.2018. Model City Branding Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Lokal Provinsi Jawa Timur. Jurnal Komunikasi dan Kajian Media.Vol. 2, No. 2