PERAN PEMANDU WISATA DALAM MEMBANGUN CITRA DESTINASI WISATA SEJARAH DI KOTO GADANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyusun Skripsi Pada Program Studi S1 Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi

Disusun Oleh:

Fatia Rahma
3522032

PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK

BUKITTINGGI

T.A 2025 M/1447 H.

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "**Peran Pemandu Wisata dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Sejarah di Koto Gadang**" yang disusun oleh Fatia Rahma dengan Nim 3522032, Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Tahun 2026.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya angka kunjungan wisatawan ke Nagari Koto Gadang yang tidak mencapai target yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Agam, meskipun kawasan ini memiliki potensi sejarah dan budaya yang sangat besar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran pemandu wisata dalam pembangunan citra destinasi wisata sejarah Koto Gadang serta mengetahui bagaimana tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam implementasi peran tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan informan kunci yang terdiri dari dua orang pemandu wisata, satu orang pengelola objek wisata, dan tiga puluh lima orang wisatawan, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran pemandu wisata dalam pembangunan citra destinasi wisata sejarah Koto Gadang belum optimal. Keterbatasan kuantitas pemandu yang hanya tiga orang dan ketiadaan pemandu berakar lokal menyebabkan kelemahan pada tiga komponen kualitas: pengetahuan yang dangkal dan hafalan, komunikasi satu arah yang kaku, serta storytelling yang gagal menghidupkan narasi sejarah. Kegagalan ini berdampak pada terbentuknya citra destinasi yang negatif pada dimensi kognitif, afektif, dan konatif.

Faktor pendukungnya adalah adanya satu orang pemandu dengan motivasi intrinsik tinggi dan potensi sejarah Koto Gadang yang kaya. Faktor penghambatnya adalah keterbatasan kuantitas pemandu, ketiadaan pemandu lokal, rendahnya minat pemuda, tidak adanya program regenerasi, serta lemahnya sistem pendukung kelembagaan.

Kata Kunci: *Peran Pemandu Wisata, Citra Destinasi, Wisata Sejarah, Koto Gadang*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya. Shalawat serta salam penulis ucapkan kepada nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah kepada zaman yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "**Peran Pemandu Wisata Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Sejarah Di Koto Gadang**" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Program Studi Pariwisata Syari'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, dengan judul penelitian "Peran Pemandu Wisata Dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Sejarah Di Koto Gadang".

Dalam penelitian skripsi ini, penulis menghadapi berbagai macam halangan dan juga rintangan. Namun, menulis skripsi ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga, pertama kali kepada kedua orang tua tercinta Alm. ayahanda Nurdin dan ibunda tercinta Asnita dan kepada seluruh keluarga besar yang telah memberikan dorongan dan motivasi. Selanjutnya atas bantuan dan arahan yang telah diberikan, penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu **Prof. Dr. Silfia Hanani, S.Ag., M.Si** selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

2. Bapak **Dr. Aidil Alfin, M.Ag** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu **Dewi Manda Angraini, S.E., M.B.A** selaku Ketua Program Studi Pariwisata Syariah.
4. Ibu **Tartila Devy, M.Ak** selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak **Cahya Agung Mulyana, S. T., MPPar** selaku Penasehat Akademik yang telah berkenan memberikan arahan dan mempermudah penulis di bidang akademik.
6. Dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang juga memberikan pengetahuan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Ibu Staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, yang telah menyediakan fasilitas pinjaman buku yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis berdoa dan berharap kepada Allah SWT semoga amal dan kebaikan kita semua diridhoi oleh Allah SWT dan bernilai ibadah dihadapan-Nya. Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa didalamnya masih belum terlepas dari kekurangan dan kesalahan, penulis sangat menghargai kritik dan saran yang konstruktif dari segenap pembaca untuk lebih sempurnanya skripsi ini. Atas kritik dan saran yang telah disampaikan, penulis

mengucapkan Terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakuh

Bukittinggi, 07 Juli 2026

Penulis

Fatia Rahma

3522032

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Kunjungan Wisatawan Ke Negeri Koto Gadang (2023-2025) 5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pusat Kerajinan Amai Setia 5

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR TABEL v
DAFTAR ISI vii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 7
C. Batasan Masalah 7
D. Rumusan Masalah 7
E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian 8
F. Penjelasan Judul 9
BAB II KAJIAN PUSTAKA 12
A. Landasan Teori 12
1. Destinasi Wisata Sejarah 12
1.1 Tujuan Destinasi Wisata Sejarah 16
1.2 Manfaat Destinasi Wisata Sejarah 18
1.3 Peminat Wisata Sejarah 20
1.4 Target Wisata Sejarah 24
2. Pengertian Citra 26
3. Konsep Pemandu (*Tour Guide*) 33
3.1 Kompetensi Pemandu Wisata 36
3.2 Peran Pemandu Wisata 37
3.3 Dinamika Tanggung Jawab Pemandu Wisata 39
4. Pariwisata Syariah 40
B. Kajian Terdahulu 42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 48
A. Jenis Penelitian Data 48
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian 49
C. Jenis Dan Sumber Data 49
D. Informan Penelitian 50
E. Teknik Pengumpulan Data 50
F. Metode Analisis Data 51
BAB IV HASIL PENELITIAN 54
A. Profil Koto Gadang 54

B. Hasil Penelitian 56
1. Keterbatasan Kuantitas Pemandu Wisata 56
2. Komponen Kualitas Pemandu Wisata 57
C. Analisis Dan Pembahasan 62
1. Peran Pemandu Wisata sebagai Penjelas Budaya dan Pencipta Pengalaman Wisata dalam Membangun Citra Destinasi Koto Gadang 62
2. Persepsi Wisatawan terhadap Peran Pemandu dalam Membentuk Pengalaman dan Citra Destinasi Wisata Sejarah Koto Gadang 80
BAB V PENUTUP 92
A. Kesimpulan 92
B. Saran 95
DAFTAR PUSTAKA 98

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata global telah bergeser dari sekadar menikmati keindahan alam menuju pencarian pengalaman yang mendalam dan bermakna. Menurut teori salah satu faktor kunci untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan adalah kehadiran seorang pemandu wisata (*tour guide*) yang profesional. Dalam konteks pariwisata kontemporer, pemandu wisata tidak hanya berperan sebagai pendamping perjalanan, melainkan sebagai penghubung warisan budaya dan pencipta pengalaman. Mereka bertugas mentransformasikan informasi faktual menjadi narasi yang menarik, menghubungkan emosi wisatawan dengan nilai-nilai sejarah, dan memberikan konteks yang dalam pada objek-objek yang dilihat.[1]

Melalui peran ini, seorang pemandu wisata yang kompeten secara langsung berkontribusi pada pembentukan citra destinasi (*destination image*) yang positif di benak wisatawan. Ketika seorang wisatawan merasa memperoleh pemahaman yang mendalam dan pengalaman yang berkesan yang seringkali hanya dapat dihadirkan melalui penjelasan seorang pemandu maka kepuasan mereka meningkat. Kepuasan ini kemudian memicu niat perilaku positif, seperti merekomendasikan destinasi kepada orang lain dan berniat untuk berkunjung kembali di

[1] Septy indrianty,. Dkk. *Basic English For Tourism* (Teori & Praktis Bahasa Inggris untuk Pemandu Wisata) (Kota Jambi:PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hal. 17.

masa depan. Dengan demikian, investasi pada kualitas pemandu wisata merupakan strategi yang efektif untuk memperkuat daya tarik sebuah destinasi dan, pada akhirnya, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara berkelanjutan.

Nagari Koto Gadang di Kabupaten Agam, Sumatera Barat, merupakan sebuah *living museum* dan lanskap budaya yang menyimpan khazanah sejarah dan intelektual yang luar biasa. Pada era kolonial, kawasan ini dikenal sebagai pusat pemikiran modern yang melahirkan tokoh-tokoh nasional pionir, seperti Rohana Kudus (jurnalis perempuan pertama Indonesia), H. Agus Salim (ahli diplomasi yang hebat), dan Sutan Syahrir (Perdana Menteri pertama Indonesia). Selain itu, Koto Gadang juga punya keunikan lain. Bangunan di sana merupakan perpaduan antara rumah adat Minangkabau (Rumah Gadang) dengan gaya bangunan Belanda, sehingga terlihat cantik dan berbeda. Koto Gadang juga terkenal dengan kerajinan peraknya yang bermotif “Teluk Berantai” dan sudah dikenal sampai ke luar negeri. Dengan semua kelebihan itu, seharusnya Koto Gadang menjadi tempat wisata sejarah yang banyak diminati. Namun kenyataannya, tidak banyak orang yang sadar atau tertarik untuk datang berkunjung. Data kunjungan ke koto gadang dalam beberapa tahun terakhir dapat dilihat dari tabel dibawah ini;

Tabel 1 Data Kunjungan Wisatawan Ke Negeri Koto Gadang (2023-2025)

Tahun	Jenis Wisatawan	Target (Orang)	**Realisasi (Orang)**	**Capaian per Kategori (%)**	**Capai Total (%)**
2023	Nusantara	100.000	**43.888**	**43,88%**	**21,95%**
	Mancanegara	100.000	**19**	**0,019%**	
2024	Nusantara	100.000	**64.143**	**64,14%**	**37,85%**
	Mancanegara	100.000	**11.557**	**11,55%**	
2025	Nusantara	100.000	**69.449**	**69,44%**	**43,45%**
	Mancanegara	100.000	**17.465**	**17,46%**	

Perhitungan Capaian Total:

2023: 43.907 ÷ 200.000 × 100% = 21,95%

2024: 75.700 ÷ 200.000 × 100% = 37,85%

2025: 86.914 ÷ 200.000 × 100% = 43,45%

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Agam (2025), diolah peneliti

Berdasarkan data kunjungan wisatawan tiga tahun terakhir (2023--2025), jumlah pengunjung ke Nagari Koto Gadang berkisar antara 43.907 hingga 86.914 orang per tahun. Jika dibandingkan dengan target gabungan wisatawan nusantara dan mancanegara sebesar 200.000 orang per tahun, maka capaian total kunjungan hanya mencapai **21,95%** pada tahun 2023, **37,85%** pada tahun 2024, dan **43,45%** pada tahun 2025.

Dari tabel di atas, terlihat bahwa data kunjungan wisatawan belum mencapai atau belum sesuai dengan target yang ditetapkan. Kemungkinan penyebab rendahnya jumlah kunjungan ini adalah karena kurangnya pendampingan bagi wisatawan untuk memahami daya tarik destinasi. Di sinilah peran pemandu wisata menjadi sangat penting.

Potensi besar yang dimiliki Nagari Koto Gadang ini ternyata berhadapan dengan tantangan strategis. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pengelola destinasi wisata (Pokdarwis) pada Agustus 2025, terungkap bahwa sebagian besar pengunjung datang dengan pemahaman sejarah yang sangat terbatas. Tanpa adanya interpretasi yang memadai dari pemandu, bangunan-bangunan bersejarah seperti rumah kelahiran Haji Agus Salim, rumah kelahiran Sutan Syahrir, Museum Kerajinan Amai Setia, Lobang Jepang, Masjid Jamik, dan Rumah Gadang, berisiko hanya menjadi pemandangan bisu yang tidak bisa “berbicara” kepada pengunjung. Padahal, dengan bantuan pemandu wisata yang mampu memberikan penjelasan yang menarik, wisatawan akan merasa puas dan lebih memahami nilai sejarah yang terkandung. Sayangnya, kondisi saat ini menyebabkan daya tarik Koto Gadang sebagai destinasi wisata sejarah belum sepenuhnya mampu bersaing dengan destinasi lain di Sumatera Barat, seperti Lembah Harau atau Ngarai Sianok, yang rata-rata mampu menarik lebih dari 100.000 pengunjung per tahun.



Gambar 1. 1 Pusat Kerajinan Amai Setia

Secara teoretis, pemandu wisata ideal berperan sebagai narator ulung yang menjadi jembatan hidup antara destinasi dan pengunjung. Ia tidak cukup hanya menyampaikan fakta-fakta sejarah, budaya, dan keunikan lokal secara kaku. Sebaliknya, ia harus mampu merangkai informasi tersebut menjadi sebuah narasi yang menarik, hidup, dan mudah dicerna, layaknya sebuah cerita yang mengalir. Di samping itu, pemandu yang baik diharapkan mampu berinteraksi secara aktif dengan wisatawan, misalnya dengan memancing keterlibatan melalui pertanyaan-pertanyaan pemicu rasa ingin tahu, serta menunjukkan antusiasme dan keramahan yang tulus sepanjang perjalanan. Dengan kualitas-kualitas ini, pemandu wisata bertransformasi dari sekadar pemberi informasi menjadi penghubung emosional. Ia tidak hanya menunjukkan tempat-tempat, tetapi juga membuat wisatawan merasakan dan terhubung secara batin dengan destinasi. Pada akhirnya, peran sentral inilah yang mampu mengubah kunjungan biasa menjadi pengalaman yang mendalam, personal, dan penuh makna.

Namun, Berdasarkan hasil wawancara dengan sepuluh orang wisatawan di Koto Gadang, terungkap tiga kelemahan mendasar pada layanan pemandu setempat. Pertama, penjelasan yang diberikan cenderung membosankan karena pemandu menyampaikan informasi secara monoton, seperti membaca naskah tanpa variasi nada suara, ekspresi wajah, atau energi yang memikat, sehingga materi yang seharusnya kaya akan cerita terasa kaku, datar, dan tidak mampu membangkitkan ketertarikan. Kedua, interaksi yang terjalin bersifat kaku dan dingin, ditandai dengan minimnya keramahan seperti jarang tersenyum, menghindari kontak mata, serta komunikasi yang lebih banyak berlangsung satu arah tanpa upaya melibatkan wisatawan dalam percakapan yang hangat dan partisipatif. Ketiga, kedalaman pengetahuan pemandu terbatas, di mana informasi yang disampaikan sering kali dangkal dan bersifat hafalan tanpa pemahaman komprehensif, sehingga pemandu kesulitan menjawab pertanyaan mendetail atau kontekstual mengenai sejarah dan budaya Koto Gadang, yang pada akhirnya membuat penjelasan terasa tidak utuh dan kurang memuaskan.[2]

Kesenjangan besar antara harapan dan ini mengindikasikan adanya masalah mendasar tentang pemandu wisata yang jika dibiarkan memungkinkan dapat berdampak pada minat, niat berkunjung kembali serta niat merekomendasikan destinasi koto gadang ini kepada orang lain untuk dikunjungi. Untuk keluar dari stagnasi ini, intervensi mendesak

[2] Wawancara pribadi dengan Sepuluh orang pemandu wisatawan di koto gadang, dilaksanakan pada (21-23 Desember 2025). Nama-nama narasumber dirahasiakan atas permintaan mereka.

diperlukan, terutama melalui peningkatan kompetensi pemandu. Dengan demikian, penelitian ini berfokus untuk menganalisis "**Peran Pemandu Wisata dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Sejarah di Koto Gadang**".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas penulis dapat mengidentifikasi masalah yang terjadi yaitu :

1. Rendahnya Angka Kunjungan,Terdapat kesenjangan besar antara target kunjungan (>100.000/tahun) dengan realitas kunjungan ke Nagari Koto Gadang.
2. Kualitas dan Peran Pemandu Wisata yang belum Optimal.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, agar penelitian ini dapat dilakukan dengan sempurna dan mendalam, maka penelitian ini di batasi pada **"Peran Pemandu Wisata dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Sejarah di Koto Gadang."**

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana pemandu wisata di Koto Gadang menjalankan perannya sebagai penjelas budaya dan pencipta pengalaman wisata, sehingga bisa membangun citra yang baik tentang destinasi tersebut?

2. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap peran pemandu dalam membentuk pengalaman dan citra destinasi wisata sejarah Koto Gadang?

E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Adapun tujuan yang ingin dicapai dari rumusan masalah pada penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

   1) Untuk mengidentifikasi dan menganalisis teknik-teknik komunikasi interpersonal yang digunakan oleh pemandu dalam mentransformasikan informasi faktual menjadi pengalaman emosional yang membangun *engagement* dengan wisatawan di Koto Gadang.
   2) Untuk mengeksplorasi bagaimana persepsi wisatawan terhadap citra Koto Gadang serta niat mereka untuk merekomendasikan dan berkunjung kembali dipengaruhi dan dibentuk oleh kombinasi antara narasi budaya dan komunikasi interpersonal pemandu.

2. Manfaat atau Kegunaan Penelitian

   1) Bagi Penulis

      a. Sebagai bahan pembuktian bahwa mahasiswa telah melaksanakan penelitian sebagai tugas akhir perkuliahan dan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) dari

Jurusan SI Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek (UIN) Bukittinggi.

2) Bagi Akademik

Sebagai bahan referensi atau bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya terkhususnya untuk Jurusan Pariwisata Syariah.

3) Bagi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini tidak hanya berhenti pada tataran akademis, tetapi langsung menyentuh aspek praktis yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pariwisata berbasis budaya dan komunitas di Koto Gadang.

F. Penjelasan Judul

Untuk memudahkan dan menghindari kekeliruan dan salah pengertian dalam memahami judul yang dikemukakan, maka penulis perlu menguraikan secara singkat mengenai maksud dari istilah-istilah yang ada pada judul tersebut:

Peran Pemandu	Seperti yang dikemukakan oleh Pantiyasa & Sutiarso (2020), seorang pemandu wisata merupakan individu yang menjalin interaksi langsung, berkomunikasi secara aktif, serta

	membangun hubungan pribadi dengan wisatawan yang menjadi tanggung jawabnya.[3]
Membangun Citra	Upaya membangun citra destinasi wisata dapat dipahami sebagai serangkaian strategi yang dirancang untuk membentuk kesan, persepsi, dan gambaran tertentu di benak wisatawan. Dalam konteks pariwisata, citra yang positif sangat menentukan keputusan wisatawan untuk berkunjung, sehingga pengelola destinasi perlu memperhatikan berbagai faktor yang berkontribusi terhadap pembentukan citra tersebut.[4]
Destinasi Wisata Sejarah	Destinasi wisata sejarah dapat didefinisikan sebagai suatu kawasan atau tempat yang menyimpan nilai-nilai masa lalu dan dikelola menjadi tujuan perjalanan wisata, di mana wisatawan datang dengan motivasi untuk mempelajari, mengeksplorasi, serta menghayati peninggalan sejarah maupun peristiwa masa lampau. Menurut Roberts, objek wisata sejarah merupakan salah satu kategori daya tarik pariwisata yang setara dengan atraksi alam, kebun binatang, atau wisata satwa liar.

[3] Iskandar, Pemandu Wisata Sejarah: Teori Dasar dan Implementasinya, (Tangerang: Minhaj Pustaka, 2025) Hlm.19.

[4] Hidayatul Syarif, dkk, "Peran Daya Tarik Desa Wisata Dan *Community Based Tourism* Dalam Membangun Citra Desa Wisata." Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan 9, No. 2 (2021)

	Dalam konteks ini, aspek sejarah berfungsi sebagai nilai tambah yang memberikan pengalaman unik bagi pengunjung.[5]
Koto Gadang, Sumatera Barat	Penelitian ini dilaksanakan di Nagari Koto Gadang, yang berada di Kec. IV Koto, Kab. Agam, Provinsi Sumatera Barat. Koto Gadang adalah salah satu daerah yang kaya akan nilai sejarah dan budaya, serta dikenal sebagai tempat kelahiran banyak tokoh nasional, seperti Rohana Kudus dan H. Agus Salim. Selain itu, Koto Gadang memiliki sejumlah objek wisata sejarah yang menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara, seperti Janjang Saribu, Museum Rumah Kelahiran H. Agus Salim, serta kawasan pemukiman tua yang masih mempertahankan arsitektur khas Minangkabau.

Dengan demikian, maksud penjelasan judul diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud Dari judul "Peran Pemandu Wisata dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Sejarah di Koto Gadang**.**"

[5] Willson Gustiawan, dkk. Merajut Dialektika Budaya Dan Pariwisata, (Jogjakarta: Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia,2026) Hlm.144.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Destinasi Wisata Sejarah

Pariwisata sejarah merupakan subbidang pariwisata yang memanfaatkan unsur sejarah sebagai komponen utama daya tarik wisata. Kendati literatur kepariwisataan belum menyepakati suatu definisi baku secara universal, konsep ini umumnya diposisikan sebagai bagian dari pariwisata warisan (*heritage tourism*). Dalam kerangka tersebut, pariwisata sejarah mencakup aktivitas perjalanan yang bertujuan untuk mengapresiasi dan mempelajari tinggalan sejarah, seperti bangunan bersejarah, situs arkeologi, artefak, serta narasi lokal yang merekam peristiwa penting di masa lampau. Kegiatan ini tidak hanya bersifat rekreasi, tetapi juga edukatif, karena memberikan pemahaman mendalam mengenai sejarah, tradisi, dan budaya masyarakat setempat.

Berdasarkan pandangan Roberts, objek wisata sejarah merupakan salah satu jenis atraksi wisata yang sejajar dengan atraksi alam, kebun binatang, atau wisata satwa liar. Dalam perspektif ini, dimensi sejarah berfungsi sebagai nilai tambah yang menghasilkan pengalaman khas bagi pengunjung. Lebih lanjut, upaya pelestarian sejarah dikaitkan dengan pemertahanan identitas nasional, sehingga integrasi elemen sejarah ke dalam sektor pariwisata menjadi salah satu strategi untuk menjaga dan menghargai warisan budaya.

Lebih lanjut, Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO) mengemukakan bahwa pariwisata warisan (*heritage tourism*) tidak sekadar mencakup kenikmatan terhadap lanskap alam, melainkan juga eksplorasi terhadap warisan budaya, kesenian, serta tradisi khas suatu wilayah. Pandangan ini diperkuat oleh pernyataan *National Trust for Historic Preservation* di Amerika Serikat, yang mendefinisikan pariwisata warisan sebagai aktivitas perjalanan untuk mengapresiasi lokasi, benda-benda bersejarah, dan berbagai kegiatan yang secara otentik merepresentasikan narasi masa lampau maupun masa kini. Senada dengan itu, Texas mengemukakan bahwa pariwisata sejarah merupakan perjalanan yang bertujuan menyaksikan tinggalan sejarah pada berbagai jenjang administratif, sekaligus memberi peluang bagi wisatawan untuk mempelajari kebiasaan, tradisi, dan sejarah komunitas setempat.[6]

Pariwisata sejarah memusatkan perhatian pada penjelajahan terhadap lokasi-lokasi yang mengandung nilai historis, seperti situs arkeologi, bangunan bersejarah, maupun monumen peringatan. Menurut Timothy dan Boyd, pariwisata sejarah dapat dipahami sebagai aktivitas mengunjungi tempat-tempat yang terhubung dengan peristiwa masa lalu, yang pada gilirannya memungkinkan wisatawan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai peradaban dan dinamika sosial masyarakat. Sementara itu, Pitana dan Diarta

[6] Willson Gustiawan, dkk. Merajut Dialektika Budaya Dan Pariwisata, (Jogjakarta: Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia,2026) Hlm.143.

mengemukakan bahwa dalam konteks Indonesia, pariwisata sejarah tidak hanya memberikan kontribusi terhadap aspek ekonomi, melainkan juga berfungsi sebagai sarana edukatif yang efektif untuk mengenalkan generasi muda pada warisan sejarah bangsanya.[7]

Dalam perkembangannya, Ashworth dan Tunbridge kemudian mempertegas pengertian ini dengan menyatakan bahwa inti dari kegiatan wisata sejarah terletak pada kunjungan yang disengaja ke berbagai situs dan lokasi warisan sejarah, yang berfungsi sebagai medium atau sarana untuk memahami dan merekonstruksi peristiwa-peristiwa yang terjadi pada masa lalu.

Berdasarkan sumber dari Buku Pedoman Pengembangan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya, Wisata Sejarah pada hakikatnya merupakan sebuah bentuk aktivitas bepergian yang diinisiasi oleh seorang individu atau sekumpulan orang. Tujuannya adalah untuk mendatangi lokasi-lokasi yang memiliki nilai sejarah dan warisan budaya tertentu. Motivasi dari perjalanan ini tidak hanya sekadar untuk bersantai atau rekreasi, tetapi juga untuk tujuan memperkaya wawasan diri serta mendalami keistimewaan dan karakteristik unik yang dimiliki oleh situs sejarah dan warisan budaya yang menjadi tujuan kunjungan mereka dalam kurun waktu yang terbatas.

Sejarah merupakan suatu sistem yang mengkaji rangkaian peristiwa yang tersusun secara kronologis, di mana setiap kejadian di

[7] Darmayasa, dkk. Indonesia Tourism (*History and Culture)*, (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024) Hlm.16.

masa lampau didukung oleh catatan dan bukti yang otentik. Sebagai disiplin yang mempelajari masa lalu, pembelajaran sejarah kerap dipersepsikan sebagai kegiatan yang membosankan karena cenderung dianggap sebagai mata pelajaran yang mengandalkan hafalan. Untuk mengatasi persepsi tersebut, penting bagi kita untuk memperkenalkan sejarah melalui pendekatan yang menyenangkan. Oleh karena itu, pengenalan terhadap fungsi sejarah menjadi diperlukan, yang meliputi lima aspek: (1) edukatif, (2) rekreatif, (3) inspiratif, (4) instruktif, dan (5) orientasi masa depan.

Fungsi edukatif bermakna bahwa sejarah bermanfaat sebagai bahan dan media dalam dunia pendidikan untuk memahami makna dari berbagai peristiwa yang terjadi pada masa lampau. Fungsi rekreatif berarti bahwa melalui sejarah, kita dapat mengetahui kehidupan masyarakat di era sebelumnya; dengan demikian, sejarah dapat menjadi sarana rekreasi imajinatif menuju masa lalu, di mana tinggalan-tinggalan bersejarah dapat berfungsi sebagai wahana rekreasi. Fungsi inspiratif mengandung arti bahwa sejarah dapat dijadikan sumber inspirasi dan motivasi bagi generasi penerus bangsa, sehingga memperkuat identitas nasional. Fungsi instruktif menunjukkan bahwa sejarah dapat digunakan sebagai penunjang dalam proses pembelajaran. Adapun fungsi masa depan berarti bahwa sejarah berguna sebagai bahan untuk membangun masa depan yang lebih baik dengan mengadaptasi unsur-unsur positif dari peristiwa masa lalu,

serta mencegah terulangnya kesalahan-kesalahan yang pernah terjadi.[8]

1.1 Tujuan Destinasi Wisata Sejarah

Wisata sejarah bukan sekadar perjalanan ke tempat tua, melainkan sebuah kegiatan multidimensi yang memiliki tujuan-tujuan kompleks. Berikut ini kategori dari tujuan wisata sejarah:[9]

a. Tujuan Pendidikan dan Pengetahuan (*Cognitive Dimension*)

Tujuan utama wisata sejarah adalah untuk memperoleh pemahaman dan pengetahuan baru tentang peristiwa, tokoh, dan cara hidup di masa lampau. Menurut Timothy & Boyd, wisata warisan dan sejarah memungkinkan pengunjung untuk "belajar tentang sejarah di lokasi aslinya," yang memberikan konteks dan kedalaman yang tidak dapat ditawarkan oleh buku teks semata. Pengalaman langsung di situs bersejarah ini bertujuan untuk memvalidasi, memperkaya, atau bahkan mengoreksi pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya.[10]

---

[8] Nyoman Bayu, Dkk. "Pelatihan Dan Pendampingan Program Pemandu Wisata Sejarah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sejarah Universitas PGRI Mahasiswa Mahadewa Indonesia Pada Objek Wisata Yeh Pulu, Gianyar Bali", Jurnal PKM. Widya Mahadi Vol. 2 No. 2 (2022).

[9] Mandagi, dkk, "Mystical Narratives in Destination Branding: A Netnographic Study of UNESCO Heritage Sites in Indonesia." *Journal of Hospitality and Tourism Insights* (Emerald Publishing), (2025).

[10] Handayani, dkk. Strategi Pengembangan Wisata Sejarah Di Daya Tarik Wisata Candi Sumberawan, Kabupaten Malang, Jawa Timur. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 12(2), (2024) hlm. 303-309.

b. Tujuan Emosional dan Pengalaman (*Affective Dimension*)

Wisata sejarah bertujuan untuk membangkitkan "rasa akan masa lalu" (*sense of the past*) dan menciptakan hubungan emosional. Poria, Butler, & Airey menekankan bahwa motivasi pengunjung seringkali berkaitan dengan persepsi mereka terhadap situs warisan sebagai bagian dari warisan pribadi mereka sendiri. Tujuannya adalah untuk merasakan keterhubungan, penghargaan, dan bahkan refleksi diri (*self-reflection*) dengan mengaitkan narasi sejarah dengan pengalaman pribadi.

c. Tujuan Rekreasi dan Hiburan

Meskipun bernuansa edukasi, wisata sejarah juga memiliki tujuan rekreasi yang kuat. Perjalanan ini seringkali merupakan bentuk "rekreasi yang cerdas" (*serious leisure*), di mana kesenangan dan relaksasi diperoleh melalui kegiatan yang menantang intelektual. Mengunjungi situs bersejarah menjadi alternatif hiburan yang bermakna, menggabungkan kesenangan berlibur dengan nilai-nilai pencerahan.[11]

[11] Kusumawati, P. Warisan hidup sebagai daya tarik wisata di Kota Yogyakarta: Studi kasus Pasar Tradisional Beringharjo. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 6(3), (2025). hlm. 187-197.

d. Tujuan Pelestarian dan Dukungan Ekonomi

Dari perspektif pengelola dan komunitas, tujuan pengembangan wisata sejarah adalah untuk menciptakan nilai ekonomi dari warisan budaya. Ashworth & Tunbridg menjelaskan bahwa konservasi bangunan bersejarah seringkali menemukan pembenaran ekonominya melalui pariwisata. Dengan demikian, tujuan wisata sejarah juga bersifat konservatif, dimana pendapatan dari kunjungan wisata dapat dialokasikan untuk pemeliharaan dan pelestarian situs warisan tersebut.

e. Tujuan Pembentukan Identitas

Wisata sejarah berperan dalam memperkuat identitas kolektif, baik nasional maupun lokal. Dengan mengunjungi monumen, museum, atau situs pertempuran, seseorang tidak hanya belajar tentang sejarah, tetapi juga mengkonfirmasi dan memperdalam rasa memiliki terhadap suatu kelompok atau bangsa. Tujuannya adalah untuk memahami akar dan jati diri suatu komunitas dalam lintasan sejarah.

1.2 Manfaat Destinasi Wisata Sejarah

Wisata sejarah bukan hanya aktivitas rekreasi, melainkan sebuah fenomena kompleks yang memberikan manfaat multidimensi. Secara teoretis, manfaatnya dapat dikategorikan sebagai berikut:

a. Wisata sejarah berfungsi sebagai "sekolah lapangan" yang hidup, di mana masyarakat dapat belajar sejarah secara langsung dan kontekstual. Kunjungan ke situs-situs warisan budaya membentuk apa yang disebut sebagai *collective memory* (memori kolektif), yang sangat penting untuk memahami identitas dan perjalanan sejarah suatu bangsa. Manfaatnya adalah menguatkan kesadaran sejarah publik dan mencegah lupa kolektif.
b. Wisata sejarah menjadi penggerak ekonomi lokal yang signifikan. Ashworth & Page menjelaskan bahwa konservasi warisan sejarah seringkali menemukan justifikasi ekonominya melalui pariwisata. Manfaat ekonominya tidak hanya berupa penciptaan lapangan kerja dan pendapatan bagi masyarakat lokal, tetapi juga menyediakan dana untuk pemeliharaan dan restorasi situs warisan itu sendiri, sehingga menciptakan siklus keberlanjutan (*sustainable cycle*).
c. Mempererat tali persaudaraan, kerukunan, serta rasa persatuan dan kesatuan di antara individu. Kegiatan wisata sejarah yang melibatkan interaksi antar pengunjung dan komunitas lokal terbukti mampu membangun hubungan emosional serta memperkuat kohesi sosial.[12]
d. Menumbuhkan rasa syukur dan apresiasi terhadap warisan budaya serta nilai-nilai luhur yang terkandung di dalamnya. Dengan menyaksikan secara langsung peninggalan sejarah dan situs

[12] Clarissa Raestya Novari, Dea. "Citra dari Akar Rumput: Peran Masyarakat Kampung Heritage Peneleh Dalam Pembangunan Citra Publik Melalui Walking Tour." *Journal Publicuho* 8, no. 4 (2025).

budaya, wisatawan dapat mengembangkan rasa bangga terhadap identitas bangsanya sekaligus membangun kesadaran kolektif untuk melestarikan warisan leluhur.

e. Mendorong tumbuhnya apresiasi terhadap hasil karya manusia masa lampau, yang tercermin dari kekaguman terhadap arsitektur bersejarah, artefak budaya, dan tradisi lokal yang masih lestari. Apresiasi ini pada gilirannya berkontribusi terhadap upaya pelestarian budaya dan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.[13]

1.3 Peminat Wisata Sejarah

Pemahaman tentang peminat wisata sejarah tidak hanya melihat siapa mereka, tetapi lebih pada motivasi dan karakteristik psikografis yang mendorong mereka mengunjungi situs-situs bersejarah.[14]

a. Wisatawan Warisan (*Heritage Tourists*)

Wisatawan warisan merupakan segmen pasar pariwisata yang memiliki orientasi spesifik terhadap objek-objek yang secara institusional maupun kultural diakui sebagai peninggalan sejarah. Kelompok ini tidak sekadar melakukan perjalanan rekreasi biasa, melainkan terdorong oleh motivasi untuk menyaksikan, mengalami, dan merenungi langsung situs-situs cagar budaya, bangunan

[13] Nugroho, dkk., "Peningkatan Kualitas Walking Tour Kampung Sejarah Peneleh sebagai bagian Pariwisata Berkelanjutan." Sewagati 9, no. 2 (2025).

[14] Aditya Sugih Setiawan Dan Gratia Wirata Laksmi, "Efektivitas Komunikasi Museum Perjuangan Sebagai Wisata Sejarah Terhadap Zilenial." Jurnal Sejarah, Pendidikan Dan Humaniora Vol. 7, No.1 (2023).

bersejarah, kawasan konservasi sejarah, serta monumen yang merepresentasikan peristiwa atau periode penting masa lalu. Dalam praktiknya, wisatawan warisan cenderung mencari keaslian (*authenticity*) dan integritas fisik dari warisan tersebut. Mereka sering kali menunjukkan perilaku wisata yang lebih terencana, seperti membaca latar belakang sejarah sebelum berkunjung, mengikuti tur berpemandu, serta menghormati aturan konservasi. Secara teoritis, segmen ini berkontribusi pada pelestarian warisan karena kunjungan mereka dapat menghasilkan pendapatan untuk pemeliharaan situs, namun di sisi lain juga berpotensi menimbulkan tekanan terhadap konservasi jika tidak dikelola dengan baik.

b. Wisatawan Budaya (*Cultural Tourists*)

Wisatawan budaya dapat dipahami sebagai segmen pasar wisata yang berminat mendalami aspek-aspek kebudayaan takbenda maupun kebendaan dari suatu destinasi. Berbeda dengan wisatawan warisan yang lebih terfokus pada artefak fisik dan situs bersejarah, wisatawan budaya menunjukkan ketertarikan yang lebih luas terhadap tradisi lisan, praktik sosial, upacara adat, kesenian pertunjukan, kuliner tradisional, serta arsitektur vernakular yang mencerminkan identitas historis masyarakat setempat.

Mereka sering kali terlibat dalam pengalaman budaya yang imersif, seperti mengikuti lokakarya kerajinan, menyaksikan ritual adat, atau berinteraksi langsung dengan komunitas lokal. Dalam kepustakaan pariwisata, kelompok ini dipandang memiliki kesadaran lintas budaya yang lebih tinggi dan cenderung menghindari bentuk pariwisata massal yang steril dari nilai-nilai lokal. Kehadiran mereka sering dikaitkan dengan pariwisata berkelanjutan, karena motivasi utamanya bukanlah hiburan semata, melainkan apresiasi dan pembelajaran lintas budaya.

c. Peminat Sejarah dan Komunitas Sejarah Publik (*History Enthusiasts & Public History Communities*)

Kelompok ini melampaui sekadar wisatawan pasif, karena mereka secara aktif melakukan eksplorasi terhadap narasi sejarah publik dan sering kali terlibat dalam praktik kreatif untuk memahami serta menghidupkan kembali masa lalu. Anggota kelompok ini dapat terdiri dari peneliti independen, pegiat sejarah lisan, kolektor artefak sejarah, anggota komunitas reka ulang sejarah, penulis blog sejarah, hingga pembuat konten digital bertema sejarah. Praktik kreatif yang mereka lakukan mencakup diskusi komunitas berbasis bukti sejarah, produksi peta sejarah interaktif, pembuatan film dokumenter amatir, hingga pengelolaan

museum komunitas. Dalam konteks pariwisata, mereka sering mengunjungi situs sejarah berulang kali untuk meneliti perubahan kondisi situs, memverifikasi informasi, atau menyelenggarakan kegiatan edukasi publik. Keberadaan mereka penting dalam ekosistem warisan karena bertindak sebagai jembatan antara dunia akademis dan masyarakat umum, sekaligus menjadi pengawas informal terhadap kelestarian situs.

d. Pencari Pengalaman Edukasi dan Hiburan (*Edutainment Seekers*)

Segmen wisatawan ini memiliki motivasi ganda, yakni memperoleh pengetahuan sekaligus menikmati pengalaman rekreasi dalam satu kesatuan aktivitas wisata. Secara demografis, kelompok ini umumnya berasal dari kalangan pelajar, mahasiswa, atau peserta program pendidikan nonformal yang mengadakan kunjungan lapangan (*field trip*) ke museum, situs arkeologi, atau kawasan cagar budaya. Namun, tidak menutup kemungkinan pula wisatawan dewasa yang ingin belajar secara santai. Mereka cenderung memilih destinasi yang menyajikan informasi sejarah melalui media interaktif, seperti diorama, pemutaran film dokumenter, permainan simulasi sejarah, tur audio visual, atau aplikasi realitas

tertambah (*augmented reality*). Dalam praktiknya, pencari pengalaman edutainment mengutamakan keterlibatan indrawi dan emosional, bukan sekadar pencapaian kognitif. Oleh karena itu, museum dan situs sejarah yang mampu mengemas konten edukatif secara atraktif akan lebih menarik segmen ini. Kehadiran mereka penting bagi keberlanjutan lembaga warisan, karena kunjungan rombongan pendidikan sering menjadi sumber pendapatan yang stabil.

1.4 Target Wisata Sejarah

Target pasar wisata sejarah tidak dilihat secara demografis semata (seperti usia atau pendapatan), tetapi lebih pada karakteristik psikografis dan motivasional mereka. Berdasarkan tipologi wisatawan menurut ilmu kepariwisataan, terdapat kelompok wisatawan yang bertujuan untuk menikmati keindahan alam, budaya, pendidikan, ziarah, dan lainnya. Pengelompokan ini sejalan dengan ketentuan dalam UU No. 10/2009, khususnya dalam hal pengakuan terhadap keberagaman motivasi wisatawan, daya tarik wisata budaya, serta tujuan pariwisata untuk meningkatkan pemahaman budaya dan pelestarian warisan sejarah. Wisatawan dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan perjalanannya.[15] Dalam konteks wisata sejarah, terdapat beberapa kategori yang relevan, terutama yang berkaitan

[15] Undang Undang No. 10/ Tahun 2009.

dengan aspek budaya, religi, dan akar tradisi masyarakat.

a) Wisatawan Budaya/Sejarah

Kelompok ini melakukan perjalanan untuk menikmati keunikan dan nilai estetika dari warisan budaya suatu masyarakat, termasuk adat istiadat, seni, sistem kehidupan, serta kebiasaan lokal yang mencerminkan perkembangan sejarah suatu bangsa.

b) Wisatawan Ziarah Sejarah (Pilgrim)

Wisatawan ini termotivasi oleh aspek sejarah yang terkait dengan agama, tokoh spiritual, atau peristiwa penting masa lalu. Tujuan perjalanan mencakup pencarian berkah, penguatan iman, ketenangan batin, atau penghormatan terhadap nilai-nilai luhur yang diwariskan secara turun-temurun.

c) Wisatawan Pendidikan Sejarah

Perjalanan dilakukan dalam rangka memperoleh pemahaman formal maupun nonformal mengenai peristiwa, tokoh, atau peninggalan sejarah di suatu tempat. Aktivitas ini memberikan wawasan baru tentang fenomena masa lalu yang membentuk peradaban saat ini.

d) Wisatawan Sosial Berbasis Komunitas Sejarah

Kelompok ini terlibat dalam kegiatan kolektif yang berpusat pada pelestarian atau perayaan tradisi sejarah, seperti festival adat, rekonstruksi peristiwa bersejarah, atau kegiatan gotong royong yang bernilai historis.

e) Wisatawan Umum yang Kebetulan (*Incidental & Serendipitous*)

Meskipun bukan target utama, kelompok ini penting untuk dikelola karena dapat ditingkatkan minatnya. Mereka adalah wisatawan umum yang kebetulan mengunjungi sebuah destinasi dan memasuki situs sejarah tanpa perencanaan sebelumnya. Tugas pemasar adalah mengubah kunjungan incidental ini menjadi pengalaman yang bermakna, sehingga mereka mungkin kembali atau merekomendasikan kepada orang lain yang lebih tertarik pada sejarah.[16]

2. Pengertian Citra

Dalam kajian pemasaran pariwisata, citra destinasi (*destination image*) merupakan faktor strategis yang memengaruhi perilaku wisatawan sebelum, selama, dan setelah perjalanan. Secara konseptual, citra destinasi didefinisikan sebagai keseluruhan keyakinan, ide, serta kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu lokasi wisata. Pembentukan citra ini tidak semata-mata berasal dari kunjungan langsung, tetapi juga dapat terbentuk melalui berbagai sumber informasi tidak langsung, seperti promosi media massa, rekomendasi dari pihak ketiga, maupun ulasan digital yang dikenal sebagai *electronic word of mouth*.

Citra destinasi bersifat subjektif karena sangat dipengaruhi oleh faktor internal individu, antara lain pengalaman masa lalu, latar belakang sosial-budaya, serta ekspektasi sebelum berkunjung. Oleh

[16] Komang Mahawira, "Cara Mudah Memahami Hukum Kepariwisataan (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Dan Peraturan Pelaksanaannya)", (Yogyakarta: Cv Bintang Semesta Media, 2024) Hlm.25.

karena itu, dua orang yang mengunjungi destinasi yang sama dapat memiliki persepsi yang berbeda. Dalam konteks daya saing destinasi, citra yang positif menjadi aset tidak berwujud yang sangat berharga karena dapat mendorong minat kunjungan, meningkatkan loyalitas, serta memicu rekomendasi dari mulut ke mulut. Sebaliknya, reputasi negatif meskipun tidak selalu didasarkan pada fakta objektif dapat menurunkan minat wisatawan secara signifikan.[17]

Citra ini bersifat subjektif dan bisa berbeda-beda antar individu, tergantung pada latar belakang, harapan, dan pengalaman pribadi. Dalam pemasaran pariwisata, membangun citra destinasi yang positif menjadi sangat penting, karena citra inilah yang menjadi pertimbangan utama wisatawan dalam menentukan pilihan tempat wisata. Apabila suatu destinasi memiliki citra yang baik misalnya dikenal sebagai tempat yang aman, ramah, indah, dan menyenangkan maka wisatawan kemungkinan besar akan tertarik untuk berkunjung, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, citra yang negatif dapat menurunkan minat kunjungan, meskipun destinasi tersebut sebenarnya menyimpan potensi wisata yang besar.

Secara teoretis, citra destinasi terbagi ke dalam beberapa dimensi utama yang masing-masing menggambarkan aspek berbeda dari sudut pandang wisatawan terhadap destinasi tersebut. Dimensi-

[17] Putu Yudi Setiawan, "Membangun Citra Destinasi Di Era Digital: Peran Ewom Dan Implementasinya Pada Niat Berkunjung Wisatawan" (Bandung: Cv. Intelektual Manifes Media, 2025) Hlm.53.

dimensi itu antara lain:[18]

1) Citra Kognitif (*Cognitive Image*), Keyakinan tentang atribut destinasi. Dimensi ini merujuk pada keyakinan dan pengetahuan rasional yang dimiliki seorang individu mengenai atribut-atribut fisik atau fungsional dari suatu destinasi. Citra kognitif terbentuk melalui proses identifikasi dan evaluasi terhadap berbagai elemen destinasi, seperti daya tarik wisata, fasilitas, infrastruktur, dan kualitas pelayanan.
2) Citra Afektif (*Affective Image*), Perasaan yang ditimbulkan oleh destinasi. Dimensi ini mencerminkan perasaan dan tanggapan emosional seseorang terhadap suatu destinasi. Citra afektif tidak hanya berkaitan dengan apa yang diketahui tentang destinasi, tetapi lebih pada bagaimana perasaan mereka terhadapnya, misalnya apakah destinasi tersebut dirasakan menyenangkan, menarik, membosankan, atau menegangkan.
3) Citra Konatif (*Conative Image*), Niat perilaku atau kecenderungan untuk mengunjungi destinasi tersebut di masa depan. Dimensi ini merupakan konsekuensi atau hasil dari dimensi kognitif dan afektif, yang termanifestasi dalam bentuk niat perilaku (*behavioral intentions*) individu. Citra konatif berkaitan dengan kecenderungan bertindak, seperti niat untuk mengunjungi destinasi tersebut di masa depan atau

[18] Putu Yudi Setiawan, "Membangun Citra Destinasi Di Era Digital: Peran Ewom Dan Implementasinya Pada Niat Berkunjung Wisatawan" (Bandung: Cv. Intelektual Manifes Media, 2025) Hlm.53.

merekomendasikannya kepada orang lain. Ketiga dimensi ini saling mempengaruhi dan bersama-sama membentuk keseluruhan citra.

4) Citra Holistik (*Holistic Image*) Dimensi ini merupakan gambaran menyeluruh dan terintegrasi yang terbentuk dari kombinasi ketiga dimensi sebelumnya (kognitif, afektif, dan konatif). Citra holistik bersifat utuh dan sering kali direduksi menjadi pernyataan umum yang melekat pada suatu destinasi, Kesan holistik yang kuat cenderung bertahan lama dalam benak wisatawan dan sangat memengaruhi loyalitas serta promosi spontan.

Citra dari sebuah destinasi wisata adalah aset tidak berwujud yang sangat memengaruhi daya saing kawasan tersebut. Pemahaman yang menyeluruh tentang berbagai dimensi citra ini akan memudahkan pengelola destinasi, pemerintah daerah, dan pelaku industri pariwisata dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan. Upaya untuk membangun citra positif harus dilakukan secara terus-menerus melalui peningkatan kualitas layanan, pelestarian budaya dan lingkungan, serta penyampaian pesan yang tepat melalui media dan komunikasi digital. Dengan memiliki citra destinasi yang kuat dan positif, suatu daerah bisa menarik lebih banyak wisatawan, memperpanjang durasi kunjungan mereka, serta mendorong mereka untuk datang kembali atau merekomendasikannya kepada orang lain.

Faktor-faktor yang membentuk citra destinasi wisata:

Citra sebuah destinasi wisata tidak muncul dengan sendirinya, melainkan terbentuk dari berbagai elemen yang saling terkait dan membangun pandangan kolektif wisatawan terhadap suatu tempat.

Pertama, keunikan dan keindahan alam menjadi elemen paling mendasar yang menarik perhatian wisatawan. Elemen seperti pegunungan, pantai, danau, hutan, serta iklim yang mendukung sering kali menjadi pertimbangan utama seseorang dalam memilih tujuan wisata. Contoh nyata dapat dilihat pada pegunungan bersalju di Swiss, pantai tropis di Maladewa, atau keindahan bawah laut di Raja Ampat yang semuanya telah menjadi ikon visual yang melekat kuat di benak wisatawan. Apabila alam suatu destinasi terjaga dengan baik, hal tersebut akan memberikan kesan positif dan secara langsung memperkuat citra daerah tersebut sebagai tempat yang menyenangkan serta layak untuk dikunjungi.

Kedua, kekayaan budaya yang autentik dan hidup menjadi faktor pelengkap yang tak kalah penting, karena keindahan alam saja tidak pernah cukup. Budaya meliputi adat istiadat, kesenian, tradisi lokal, kuliner khas, serta keramahan penduduk setempat yang memberikan nilai emosional dan kedalaman makna dalam setiap pengalaman wisata. Wisatawan tidak hanya ingin melihat pemandangan indah, tetapi juga merasakan dan memahami identitas lokal suatu tempat. Bali adalah contoh sempurna, di mana pulau ini

dikenal bukan hanya karena pantainya yang eksotis, tetapi juga karena upacara adat yang khusyuk, tarian tradisional yang memukau, serta arsitektur khas yang menciptakan pengalaman spiritual dan estetis yang mendalam.

Ketiga, infrastruktur pariwisata memainkan peran yang sangat vital dalam membentuk citra destinasi. Infrastruktur mencakup berbagai aspek seperti aksesibilitas (bandara, jalan, dan transportasi umum), fasilitas akomodasi yang nyaman, kebersihan lingkungan, serta dukungan teknologi dan komunikasi. Apabila infrastruktur tidak memadai, pengalaman wisatawan dapat terganggu dan hal ini akan berdampak negatif pada persepsi mereka. Sebaliknya, destinasi yang mudah dijangkau, memiliki hotel yang nyaman, serta fasilitas umum yang bersih akan jauh lebih mudah membangun citra positif di mata wisatawan.

Keempat, kualitas pelayanan menjadi faktor yang sering kali menentukan kesan terakhir wisatawan sebelum meninggalkan suatu daerah. Pelayanan mencakup sikap dan kompetensi para pelaku industri pariwisata seperti pemandu wisata, staf hotel, pengemudi, hingga penjual lokal. Pelayanan yang ramah, profesional, dan tanggap terhadap kebutuhan wisatawan akan meninggalkan kesan mendalam yang sulit dilupakan. Bahkan dalam situasi yang kurang ideal seperti cuaca buruk atau infrastruktur yang belum sempurna, pelayanan yang baik mampu menutupi kekurangan tersebut. Sebaliknya, pelayanan

yang buruk akan langsung meruntuhkan citra destinasi, meskipun daerah tersebut memiliki keindahan alam dan budaya yang luar biasa.

Di antara seluruh elemen pelayanan, pemandu wisata menempati posisi paling strategis sebagai ujung tombak sekaligus duta destinasi yang menjembatani realitas fisik dengan ekspektasi wisatawan. Pemandu yang kompeten tidak hanya memberi informasi arah, tetapi juga menciptakan citra pengalaman yang otentik, bahkan mampu menjadi alat pemulihan layanan ketika situasi di lapangan tidak ideal. Secara spesifik, pemandu wisata berperan sebagai pendongeng narasi yang menghidupkan destinasi, sebagai jaminan kompetensi yang mempengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung kembali, serta sebagai pendorong langsung kepuasan wisatawan dengan kontribusi pengaruh yang cukup signifikan. Dengan demikian, berbeda dengan infrastruktur yang membutuhkan waktu lama untuk diperbaiki, kualitas pemandu wisata adalah variabel instan yang dapat langsung mengubah kesan buruk menjadi kenangan indah melalui narasi adaptif dan sikap tanggap dalam situasi apapun. Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan dan sertifikasi pemandu wisata yang berkelanjutan harus menjadi prioritas utama dalam strategi pembangunan citra destinasi wisata.[19]

Faktor terakhir yang kini semakin dominan dalam membentuk citra destinasi adalah paparan digital. Di era digital, citra suatu

[19] Harahap, H. (2025). Pemandu Wisata, Ujung Tombak Kemajuan Sektor Pariwisata. RRI.co.id.

destinasi sering kali sudah terbentuk lebih dahulu di dunia maya sebelum wisatawan benar-benar mengunjunginya. Media sosial, blog perjalanan, ulasan di TripAdvisor atau Google, serta konten video di YouTube dan TikTok memiliki kekuatan besar dalam menciptakan kesan awal. Gambar yang memukau, ulasan positif, atau konten yang viral dapat secara drastis meningkatkan daya tarik sebuah destinasi. Sebaliknya, ulasan negatif atau konten yang menyoroti kelemahan (seperti kemacetan, kepadatan wisatawan, atau fasilitas yang buruk) juga dapat dengan cepat merusak citra destinasi. Oleh karena itu, saat ini destinasi wisata harus sangat memperhatikan bagaimana tampilan mereka di ruang digital dan bagaimana mereka diceritakan oleh wisatawan secara daring. Paparan digital bukan hanya alat promosi, tetapi juga cerminan persepsi publik yang sangat menentukan keberhasilan jangka panjang suatu destinasi.

3. Konsep Pemandu (*Tour Guide*)

Pramuwisata atau pemandu wisata adalah seseorang yang telah lulus ujian di bidang kepariwisataan, memiliki sertifikat resmi, serta dilengkapi dengan tanda pengenal dari lembaga pariwisata yang berwenang. Dengan demikian, ia berhak memandu perjalanan wisata. Peran pemandu wisata sangat penting karena ia bertugas menjelaskan berbagai aspek objek wisata, mulai dari budaya, sumber daya alam, hingga kehidupan sosial masyarakat setempat.

Menurut Peraturan Daerah Jawa Tengah Nomor 9 Tahun 2011, pemandu wisata didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki peran penting dalam pengembangan objek pariwisata. Oleh karena itu, terdapat sejumlah kriteria yang harus dipenuhi untuk menjadi seorang pemandu wisata. Persyaratan tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, yang menyatakan bahwa seorang pemandu wisata wajib:

a) Menguasai bahasa Indonesia dengan baik.
b) Menguasai setidaknya satu bahasa asing.
c) Mampu menjelaskan nilai-nilai budaya daerah, lokasi bersejarah, objek wisata, serta berbagai pengetahuan umum lainnya.

Keseluruhan persyaratan ini menjadi kompetensi inti yang sangat penting dalam profesi pemandu wisata atau tour guide.[20] Salah satu pelayan yang butuh perhatian khusus adalah pemanduan wisatawan. Pada dasarnya pelayanan tersebut ada yang secara langsung berhadapan dengan wisatawan dan ada juga yang tidak. Saat wisatawan berada di lokasi atau tempat yang asing maka hal yang diperlukan adalah petunjuk dan panduan. Salah satu bentuk panduan yang praktis adalah dengan menggunakan jasa pemanduan dari masyarakat setempat. Pemandu bukan hanya bertugas sebagai penunjuk jalan, tetapi lebih dari pada itu. Sosok seorang pemandu

[20] Lala., Dkk. "Wisata Edukasi: Pertualangan, Pengetahuan, Dan Kearifan Lokal", (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2025)Hlm.84.

menjadi harapan bagi wisatawan dan apapun yang dilakukan atau disampaikan akan menjadi perhatian.

Oleh karena itu, dalam melaksanakan kegiatan pemanduan banyak hal-hal penting yang perlu dipahami, terutama bagi masyarakat lokal yang belum pernah mengikuti pelatihan pemandu wisata. Pemandu wisata adalah seseorang yang bertugas memberikan bimbingan, penerangan dan petunjuk tentang daya tarik wisata, serta membantu segala sesuatu yang diperlukan wisatawan. Pemandu juga harus dibekali pengetahuan tentang sejarah, kondisi sosial, dan budaya setempat, memiliki sikap mental yang positif untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan baik mancanegara maupun nusantara.

Dalam melaksanakan tugas pemandu harus memahami beberapa hal sebagai berikut:

a. Karisma seorang pemandu yang muncul dalam kepribadian yang tegas, disegani, santun dan bersahaja kepada setiap orang.
b. Toleransi yang mampu memahami serta mudah menerima perbedaan ras, agama, politik dan suku bangsa.
c. Pengetahuan yang beragam seperti sejarah, potensi daerah, kehidupan sosial budaya secara umum serta khususnya di lokasi daya tarik wisata.
d. Stamina yang baik dalam memandu wisatawan. Kekuatan fisik sangat dibutuhkan karena pemandu harus mampu mengurus diri sendiri dan dalam waktu bersamaan mengurus wisatawan untuk

mendapatkan pelayanan yang mereka inginkan.

e. Komunikatif dalam berinteraksi dengan wisatawan serta ramah dan menarik dalam menyampaikan informasi. Suara harus lantang terdengar oleh wisatawan dan jika dibutuhkan dapat membawa alat pengeras suara.
f. Cekatan dalam melayani dan menangani wisatawan baik dengan umur yang berbeda maupun karakter yang beragam.
g. Memimpin wisatawan atau rombongan wisatawan sesuai dengan ketentuan dan kesepakatan. Sanggup keputusan dalam situasi yang tidak menguntungkan serta mampu memberi solusi dan tindakan yang memperkecil risiko.
h. Tepat waktu dalam mengelola kegiatan pribadi maupun kegiatan yang berhubungan dengan wisatawan.

3.1 Kompetensi Pemandu Wisata

Komponen pertama kompetensi adalah pengetahuan (*knowledge*). Pengetahuan merupakan pemahaman dan keterampilan yang didapatkan melalui pendidikan atau pengalaman; menjadi pernyataan untuk mengetahui tentang situasi atau fakta-fakta tertentu. Merujuk pada arti tersebut, maka pengetahuan seorang pemandu wisata harus didasarkan pada informasi yang di dapatkan melalui pendidikan atau pengalaman.

Pengetahuan pemandu wisata setidaknya mencakup pengetahuan umum, khusus, produk, teknis/praktis, dan tambahan.

Pengetahuan umum berkaitan dengan penguasaan informasi di destinasi, seperti tempat dan ciri-ciri fisiknya. Informasi umum meliputi kondisi demografis (profil dan karakteristik penduduk/masyarakat). Informasi tentang nilai-nilai budaya (cara hidup, tradisi, peninggalan, dan lain-lain). Informasi politik, misalnya memahami batas-batas negara dalam benua, informasi tentang negara-negara yang aman dan tidak aman dikunjungi, dan isu-isu tentang kemudahan mendapatkan paspor, visa, persyaratan kesehatan, bea cukai, pajak, dan lain-lain.

Pengetahuan khusus merupakan pemahaman pemandu wisata berkaitan dengan informasi khusus objek wisata, aktivitas, akomodasi, fasilitas, informasi produk, transportasi (udara, darat, laut, rent car, dan lain-lain), akomodasi di hotel, resor, penginapan remaja, acara-acara (*event*), dan informasi perjalanan internasional, misalnya paspor-visa-panduan ke luar negeri, peraturan kesehatan-peraturan bea cukai, dan peraturan transit.[21]

3.2 Peran Pemandu Wisata

Menteri Pariwisata Indonesia, Arief Yahya, menyatakan bahwa pemandu wisata adalah garda terdepan dalam sektor pariwisata, berperan penting dalam memberikan kesan pertama yang positif kepada wisatawan dan mendukung perkembangan pariwisata daerah. Pemandu wisata adalah individu yang bertugas memberikan informasi,

[21] Mohamad Jumail, *Teknik Pemanduan Wisata*, (Yogyakarya: Penerbit ANDI, 2017) hal. 44.

panduan, dan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan. Peran utama pemandu wisata meliputi:

1) Memberikan Informasi, Menyampaikan pengetahuan tentang sejarah, budaya, dan fakta menarik terkait destinasi yang dikunjungi.
2) Mengatur Jadwal, Memastikan bahwa jadwal perjalanan berjalan lancar dan sesuai dengan rencana.
3) Mengelola Kelompok, Mengkoordinasikan dan memastikan kenyamanan serta keamanan wisatawan dalam kelompok tur.
4) Meningkatkan Pengalaman Wisatawan, Memberikan pelayanan yang ramah dan profesional untuk meningkatkan kepuasan wisatawan.
5) Keterampilan yang Dibutuhkan oleh Pemandu Wisata:Seorang pemandu wisata yang baik harus memiliki berbagai keterampilan, antara lain:[22]
    a. Komunikasi: Mampu berbicara dengan jelas dan menarik serta mendengarkan dengan baik.
    b. Pengetahuan: Memiliki pengetahuan mendalam tentang destinasi wisata, sejarah, budaya, dan geografi.
    c. Kepemimpinan: Memimpin kelompok dengan tegas dan efektif.

[22] Septy indrianty,. Dkk. *Basic English For Tourism* (Teori & Praktis Bahasa Inggris untuk Pemandu Wisata) (Kota Jambi:PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), hal. 17.

d. Bahasa Asing: Menguasai bahasa asing, terutama bahasa yang umum digunakan oleh wisatawan.
e. Keterampilan Organisasi: Mengatur jadwal dan logistik perjalanan.

3.3 Dinamika Tanggung Jawab Pemandu Wisata

Keberhasilan suatu perjalanan wisata sangat bergantung pada peran pemandu wisata. Saat ini, tanggung jawab mereka tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup aspek psikologis dan etis. Adapun rincian tanggung jawab tersebut adalah sebagai berikut:[23]

a. Seni Interpretasi Budaya

Seorang pemandu wisata tidak cukup hanya menyampaikan fakta-fakta kering. Tugas utamanya adalah menyusun narasi yang hidup dan menarik. Mereka harus mampu memberikan penjelasan yang akurat sekaligus memikat mengenai situs sejarah dan artefak budaya, sehingga tercipta sebuah cerita yang mudah diingat dan berbekas kuat dalam benak wisatawan.

b. Pengatur Pengalaman Wisata

Kepuasan pengunjung sangat ditentukan oleh kemampuan pemandu dalam menangani berbagai pertanyaan, meredakan kekhawatiran, serta menyesuaikan layanan dengan kebutuhan pribadi setiap anggota rombongan. Keterampilan

[23] Muh,Yusuf., Dkk, "Tour Guide Di Era Pariwisata Global", (Yogyakarta: PT. Star Digital Publishing, 2026) Hlm.3.

interpersonal dan kepekaan terhadap situasi menjadi senjata utama untuk mengubah layanan standar menjadi pengalaman yang terasa personal dan berkesan.

c. Penjaga Keselamatan Wisatawan

Terutama dalam wisata petualangan atau ekowisata, pemandu berperan sebagai garda terdepan dalam manajemen risiko. Mereka bertanggung jawab penuh untuk mengidentifikasi potensi bahaya dan memastikan semua standar keselamatan terpenuhi, sehingga peserta wisata dapat merasa tenang dan aman selama perjalanan.

d. Advokat Keberlanjutan

Di tengah meningkatnya isu lingkungan global, pemandu wisata memiliki tanggung jawab moral untuk memberikan edukasi kepada wisatawan. Mereka berperan aktif dalam mendorong praktik pariwisata yang bertanggung jawab, dengan memastikan bahwa setiap langkah wisatawan justru ikut melestarikan kekayaan alam dan budaya setempat, bukannya merusaknya.

4. Pariwisata Syariah

Pariwisata syariah merupakan kegiatan wisata yang seluruh prosesnya sejalan dengan prinsip-prinsip nilai syariah Islam. Menurut Tohir Bawazir, pariwisata syariah dimulai dari niat yang semata-mata untuk beribadah dan mengagumi ciptaan Allah,

selama perjalanan tidak meninggalkan kewajiban ibadah, dan setelah sampai di tujuan wisata tidak mengarah pada hal-hal yang bertentangan dengan syariah, hingga kepulangannya dapat menambah rasa syukur kepada Allah SWT.[24]

Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah memberikan definisi formal yang membedakan beberapa istilah penting. Wisata didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata. Wisata Syariah adalah wisata yang sesuai dengan prinsip syariah, sedangkan Pariwisata Syariah adalah berbagai macam kegiatan wisata beserta fasilitas dan layanan pendukungnya yang diselenggarakan sesuai dengan prinsip syariah.

Fatwa ini juga mendefinisikan Destinasi Wisata Syariah sebagai kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif, di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi untuk terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam konteks

[24] Bawazir, Tohir. 2013. *Panduan Praktis Wisata Syariah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, hlm. 22

ini, Pemandu Wisata didefinisikan secara khusus sebagai orang yang memandu dalam pariwisata syariah, yang menandakan adanya tanggung jawab dan kompetensi tambahan dibandingkan pemandu wisata konvensional.

Penting untuk dipahami bahwa pariwisata syariah sering disalahpahami sebagai wisata ziarah atau religius semata, seperti berkunjung ke makam wali atau tempat ibadah. Padahal, pariwisata syariah tidak terbatas pada objek wisata religi. Prinsipnya, pariwisata syariah dapat berupa wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan yang semuanya dikemas dengan nilai-nilai keislaman dan adab selama perjalanan.

B. Kajian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Debi Rusmiati dan Doddy Wihardi pada tahun 2025 mengkaji peran pemandu wisata di Destinasi Super Prioritas Mandalika, Nusa Tenggara Barat. Fokus utama penelitian tersebut adalah mengevaluasi fungsi pemandu wisata bukan sekadar sebagai pemandu perjalanan, melainkan sebagai media promosi yang efektif untuk menarik minat wisatawan. Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian penulis terletak pada kesamaan objek kajian, yaitu sama-sama meneliti peran pemandu wisata dalam mendukung pengembangan suatu destinasi wisata. Namun, perbedaan mendasar terletak pada sudut pandang kajiannya. Penelitian di Mandalika lebih menitikberatkan

pada pemanfaatan pemandu wisata sebagai instrumen promosi destinasi secara umum, sementara penelitian penulis di Koto Gadang lebih menekankan pada peran pemandu wisata dalam membangun citra (*image*) destinasi, khususnya pada wisata sejarah dengan segala nilai budaya dan narasi historis yang melekat di dalamnya.

2. Penelitian yang digagas oleh Lidya Lestari Sitohang dan tim pada tahun 2024 menyoroti peran pemandu wisata di Pasar Seni Ubud, Bali, dengan kesimpulan bahwa pemandu wisata berfungsi sebagai penghubung strategis antara destinasi dan wisatawan. Penelitian tersebut menekankan kontribusi pemandu dalam mendukung keberlanjutan pariwisata, yang mencakup aspek pelestarian budaya, pemberdayaan ekonomi lokal, dan pengelolaan lingkungan. Adapun persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama mengakui peran sentral pemandu wisata dalam menjembatani interaksi antara pengunjung dan destinasi. Perbedaannya terletak pada orientasi tujuan penelitian. Penelitian di Ubud lebih berorientasi pada pengembangan pariwisata berkelanjutan secara holistik, sedangkan penelitian di Koto Gadang lebih terfokus pada upaya membangun citra destinasi wisata sejarah melalui penyampaian nilai-nilai sejarah, kearifan lokal, dan edukasi budaya kepada wisatawan yang berkunjung.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Trenggono dan rekan-rekannya pada tahun 2024 mengupas peran pemandu wisata di Kota Lama Semarang. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pemandu wisata memegang peranan yang sangat signifikan dan strategis dalam membangun citra positif Kota Lama Semarang sebagai kawasan wisata sejarah perkotaan. Inti dari temuan tersebut adalah pengakuan bahwa pemandu wisata bukanlah sekadar penyampai informasi, melainkan aktor kunci dalam pembentukan *brand image* sebuah destinasi. Persamaan yang sangat kuat dengan penelitian penulis adalah sama-sama mengkaji peran pemandu wisata dalam membangun citra destinasi yang berbasis sejarah. Namun, perbedaannya terletak pada konteks dan ruang lingkup destinasi. Penelitian di Kota Lama Semarang memandang citra dari sisi kawasan kota bersejarah yang bersifat urban dan multikultural, sedangkan penelitian di Koto Gadang lebih spesifik menyoroti pembentukan citra sejarah lokal yang berbasis pada identitas budaya masyarakat setempat serta nilai-nilai tradisional yang masih hidup di tengah komunitas.
4. Penelitian yang dilakukan oleh I Putu Hardani Hesti Duari pada tahun 2021 mengangkat tema sinergitas antara pemandu wisata dan operator tur dengan studi kasus di CV Gondes Karya Mandiri. Berbeda dengan studi-studi sebelumnya yang lebih berfokus pada interaksi pemandu wisata dengan wisatawan, penelitian ini justru

melihat ke dalam aspek organisasi, yaitu menyoroti kolaborasi antar-pemangku kepentingan di balik layar yang mendukung kelancaran operasional sebuah paket wisata. Persamaan dengan penelitian penulis adalah keduanya sama-sama menekankan pentingnya peran pemandu wisata dalam meningkatkan kualitas pariwisata, baik melalui koordinasi dengan pihak internal (operator) maupun melalui interaksi langsung dengan pengunjung. Akan tetapi, perbedaan mendasar terletak pada fokus analisisnya. Penelitian di CV Gondes Karya Mandiri lebih menitikberatkan pada aspek organisasi dan manajemen operasional tur, sedangkan penelitian di Koto Gadang lebih mengutamakan aspek komunikasi, edukasi, dan promosi destinasi melalui penyampaian narasi sejarah yang kuat guna membangun citra wisata yang positif dan berkesan di benak wisatawan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Basuki dan tim pada tahun 2026 mengkaji dampak program *Free Tour Guide* yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Jakarta terhadap para pemangku kepentingan di kawasan wisata Kota Tua Jakarta. Program ini menyediakan pemandu wisata profesional secara gratis sebagai bentuk layanan publik yang berbasis pada edukasi sejarah dan budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program tersebut memberikan dampak positif bagi berbagai pihak: bagi wisatawan, program ini meningkatkan kepuasan dan pemahaman mereka

terhadap sejarah kawasan Kota Tua; bagi pedagang cinderamata dan petugas parkir, peningkatan kunjungan wisatawan berdampak pada peningkatan aktivitas transaksi dan penggunaan jasa. Selain itu, program ini juga memperkuat citra Kota Tua sebagai destinasi wisata budaya yang edukatif dan interaktif. Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada fokus kajian terhadap peran pemandu wisata dalam mendukung citra destinasi wisata sejarah. Perbedaannya, penelitian di Kota Tua Jakarta lebih menekankan pada dampak program pemandu wisata gratis terhadap kepentingan berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*), sedangkan penelitian di Koto Gadang lebih terfokus pada peran pemandu wisata dalam membangun citra destinasi melalui penyampaian nilai-nilai sejarah dan budaya secara langsung kepada wisatawan.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Nopriyasman tentang pariwisata Sumatera Barat dalam bingkai sejarah dan budaya mengangkat konsep penting tentang peran pemandu wisata sebagai sejarawan publik . Penelitian ini menyoroti bahwa Sumatera Barat, khususnya Kabupaten Agam, memiliki potensi sumber daya alam dan kekayaan budaya serta sejarah yang menjadi faktor penarik wisatawan. Namun, pengelolaan pariwisata di Sumatera Barat masih belum maksimal karena kurangnya sumber daya manusia yang memiliki wawasan sejarah memadai, sehingga makna dan pesan historis di balik suatu peristiwa jarang tersampaikan dengan

baik . Penelitian ini menekankan pentingnya menjadikan pemandu wisata sebagai sejarawan publik yang mampu berkisah tentang sejarah dengan gaya dan teknologi baru, dari pusaka budaya yang dikunjungi dan dinikmati wisatawan . Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada konteks geografis yang sama-sama di Sumatera Barat dan fokus pada peran pemandu wisata dalam menyampaikan nilai-nilai sejarah. Perbedaannya, penelitian Nopriyasman lebih bersifat konseptual-teoritis tentang bagaimana seharusnya pemandu wisata berperan, sedangkan penelitian di Koto Gadang bersifat empiris dengan mengkaji secara langsung peran pemandu wisata dalam membangun citra destinasi wisata sejarah di lapangan.

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian Data

Jenis penelitian penulis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskripsi Kualitatif. Deskripsi Kualitatif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan suatu masalah. Selain itu berupa data yang dimana terdiri dari serangkaian observasi yang terdapat dalam sampel atau Populasi dan yang kemungkinan tidak dapat dinyatakan dengan angka-angka. Oleh karena itu laporan penelitian kualitatif ini akan disusun dalam bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam.

Metode Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci Perbedaannya dengan penelitian kuantitatif adalah penelitian ini berangkat dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas dan berakhir dengan sebuah teori. Moleong setelah melakukan analisis terhadap beberapa definisi penelitian kualitatif kemudian membuat definisi sendiri sebagai sintesis dari pokok-pokok pengertian penelitian kualitatif. Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Kualitatif dengan pendekatan Deskriptif, dilakukan di Koto Gadang, Sumatera Barat untuk Mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Nagari Koto Gadang, Kecamatan IV Koto, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi dan fenomena unik di Koto Gadang, di mana pemandu wisata memainkan peran yang sangat strategis dalam meningkatkan citra destinasi koto gadang sebagai wisata sejarah. Hal ini menjadi fokus utama dalam studi untuk menganalisis bagaimana strategi naratif dan komunikasi mereka membentuk citra destinasi.

Penelitian ini dimulai pada awal bulan Agustus 2025 sampai selesai.

C. Jenis Dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama (subjek penelitian) oleh peneliti itu sendiri. Dalam penelitian ini, data primer penulis kumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemandu wisata dan pengelola Toko Amai Setia di Koto Gadang. Data ini menjadi

fondasi utama analisis untuk memahami peran dan persepsi secara langsung dari pelaku di lapangan.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah tersedia dan dikumpulkan pihak lain. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari website dan media sosial Dinas Pariwisata Kabupaten Agam serta sumber akademik seperti buku, jurnal, dan artikel. Data ini digunakan untuk memberikan konteks dan mendukung analisis data primer.

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan destinasi Koto Gadang sebagai informasi penelitian yang di dalamnya terdapat sekelompok orang yang dapat memberikan informasi representatif, yang terdiri dari Pemandu Wisata, Pelaku Usaha Pariwisata, dan wisatawan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data Dalam penulisan ini, metode pengumpulan data yang penulis tempuh adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara observasi langsung terhadap aktivitas pemandu wisata (*guide*) di objek-objek wisata Koto Gadang, seperti di Rumah Tenun, Ngalau, dan kawasan heritage lainnya.

2. Teknik Wawancara (Semi-Terstruktur)

Wawancara tatap muka akan dilakukan dengan berbagai informan kunci untuk mendapatkan perspektif yang komprehensif. Dalam wawancara dilakukan dengan dua cara yaitu wawancara bebas dan terprogram. Wawancara bebas dilakukan terhadap beberapa informan dan narasumber untuk memperoleh data yang sifatnya umum, sedangkan wawancara terprogram dilakukan untuk menggali data yang benar-benar diperlukan dalam penelitian seperti menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu.

F. Metode Analisis Data

Teknik Analisis data merupakan proses menyusun, mengkategorikan, mencari tema, yang bertujuan untuk memahami makna dari permasalahan yang ada.[25] Setelah data dikumpulkan maka akan di analisis menggunakan metode analisis kualitatif, dengan menguraikan atau menafsirkan dengan jelas.

Adapun Langkah-langkah dalam menganalisis data ialah sebagai berikut:[26]

a. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan observasi, dokumentasi dan wawancara secara langsung dengan Tim Pemandu Wisata, pihak pengelola Wisata Koto Gadang,

[25] Tjutju Soendari, *"Teknik analisis dt.Kual.Ppt (Compatibility Mode)"*, 2017.

[26] Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya,* (Jakarta:Fajar Interpratama Offset, 2007), hlm 70.

Wisatawan yang berkunjng dan pengikut instagram. Tujuannya ialah untuk memperoleh data dan informasi sebanyak-banyaknya mengenai peran Pemandu terhadap citra destinasi wisata koto gadang.

b. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data dapat dimulai dengan pengumpulan data dan termasuk ringkasan, pengkodean, pelacakan tema, membuat cluster, dan menyusun memo,dan sebagainya, dengan tujuan menyisihkan data/informasi yang tidak relevan dan memilih data-data yang relevan saja dengan penelitian yakni yang, berhubungan secara langsung dengan peranan *tour guide* dalam meningkatkan citra destinsi wisata koto gadang melalui media sosial, reduksi data dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data terkait penelitian, data yang dikumpulkan berupa data hasil observasi, hasil wawancara data kunjungan, dan serta data pendukung terkait destinasi sejarah koto gadang.

c. Penyajian data (*Data Display*)

Merupakan proses mengklasifikasikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang ada dilapangan dan diawali dengan pengkodean setiap sub pokok permasalahan. Dalam penelitian ini data yang sudah direduksi, maka tahap selanjutnya ialah data tersebut dideskripsikan atau diuraikan mengenai peran pemandu wisata dalam meningkatkan citra destinasi wisata sejarah koto

gadang.

d. Verivikasi dan penegasan kesimpulan (*Conclusion Drawing and Verivication*)

Dilakukan verivikasi terhadap data-data yang ada, untuk selanjutnya dilakukan kesimpulan dari data-data yang telah disajikan dan dinarasikan tersebut. Penarikan kesimpulan ini adalah tahap akhir dari penelitian mengenai Peran Pemandu Wisata dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Sejarah di Koto Gadang, data yang diperiksa penulis dapat dievaluasi dan diungkapkan dengan kata-kata untuk menyampaikan fakta diarea, makna, atau pertanyaan penelitian yang kemudian diturunkan dari esensi.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa setiap tahapan proses ini dilakukan untuk menentukan keabsahan data dengan cara menelaah semua data yang ada dari berbagai sumber seperti catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan lain sebagainya dengan metode wawancara hal ini didukung oleh analisis dokumen.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Profil Koto Gadang

Nagari Koto Gadang merupakan sebuah wilayah administratif setingkat desa yang terletak di Kecamatan IV Koto, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Secara geografis, nagari ini berada pada ketinggian 920 hingga 950 meter di atas permukaan laut, yang menyebabkan kawasan ini memiliki iklim sejuk khas dataran tinggi. Keunikan lokasinya terletak pada posisinya yang diapit oleh Ngarai Sianok dan Gunung Singgalang, sehingga menciptakan bentang alam yang indah dan menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung. Dengan luas wilayah mencapai 896 hektar, Koto Gadang dihuni oleh sekitar 2.500 jiwa penduduk yang sebagian besar masih mempertahankan tradisi dan kearifan lokal dalam kehidupan sehari-hari.

Keistimewaan Koto Gadang tidak hanya terletak pada keindahan alamnya, tetapi juga pada peran historisnya yang sangat signifikan dalam sejarah pendidikan dan pergerakan nasional Indonesia. Nagari ini merupakan salah satu desa pertama di Sumatera Barat yang mendapatkan akses terhadap pendidikan gaya Barat pada pertengahan abad ke-19, yang kemudian melahirkan banyak intelektual dan tokoh nasional yang berpengaruh. Beberapa tokoh penting yang lahir dan dibesarkan di Koto Gadang antara lain H. Agus Salim, seorang diplomat dan tokoh pergerakan nasional yang terkenal dengan kecerdasan dan kemampuan berdiplomasinya; Rohana Kudus, yang dikenal sebagai jurnalis perempuan pertama di Indonesia; serta

Sutan Syahrir, yang menjabat sebagai Perdana Menteri pertama Republik Indonesia. Keberadaan tokoh-tokoh ini menjadikan Koto Gadang sebagai destinasi wisata sejarah yang kaya akan nilai-nilai perjuangan dan nasionalisme.

Selain kekayaan sejarahnya, masyarakat Koto Gadang juga dikenal karena keahlian mereka dalam bidang kerajinan tangan yang telah diwariskan secara turun-temurun. Kaum pria di nagari ini terampil dalam membuat perhiasan perak dengan motif khas yang telah mendunia, sementara kaum wanita memiliki keahlian dalam menyulam dan menenun kain tradisional yang berkualitas tinggi. Produk-produk kerajinan ini tidak hanya dipasarkan di dalam negeri, tetapi juga telah menembus pasar internasional dan menjadi kebanggaan masyarakat setempat. Bahkan, pakaian tradisional khas Koto Gadang saat ini sangat populer dan sering digunakan sebagai busana pernikahan di berbagai kota besar di seluruh Indonesia, yang menunjukkan bahwa nilai budaya dan estetika dari kerajinan ini tetap relevan dan diapresiasi hingga saat ini.

Dari segi atraksi wisata, Koto Gadang menawarkan beberapa ikon sejarah yang menjadi daya tarik utama bagi para pengunjung. Janjang Saribu atau Seribu Tangga merupakan sebuah tangga panjang yang dibangun pada masa kolonial Belanda dan berfungsi menghubungkan Koto Gadang dengan Nagari Sianok. Tangga ini menjadi saksi bisu pergerakan ekonomi dan sosial masyarakat pada zamannya dan hingga kini masih digunakan serta menjadi objek wisata yang menarik. Museum Rumah Kelahiran H. Agus Salim juga

menjadi destinasi penting, di mana rumah peninggalan tokoh nasional ini kini difungsikan sebagai museum dan pusat edukasi sejarah yang menyimpan berbagai koleksi pribadi dan dokumen bersejarah milik H. Agus Salim. Pusat Kerajinan Perak Amai Setia yang telah berdiri sejak tahun 1915 menjadi sentra kerajinan perak dengan motif khas "Teluk Berantai" yang telah mendunia, di mana pengunjung tidak hanya dapat melihat produk kerajinan tetapi juga menyaksikan langsung proses pembuatannya.

Kawasan Pemukiman Tua dengan arsitektur rumah gadang yang berpadu dengan gaya kolonial Indische menciptakan lanskap budaya yang unik dan menjadi saksi akulturasi budaya Minangkabau dan Eropa yang telah berlangsung selama berabad-abad. Pengelolaan pariwisata di Koto Gadang dilakukan melalui kerjasama antara Dinas Pariwisata Kabupaten Agam, kelompok sadar wisata (Pokdarwis), dan masyarakat setempat, dengan layanan pemanduan wisata yang umumnya disediakan oleh pemuda setempat meskipun jumlahnya masih sangat terbatas.

B. Hasil Penelitian

1. Keterbatasan Kuantitas Pemandu Wisata

   Permasalahan fundamental yang teridentifikasi dalam pengembangan pariwisata sejarah di Nagari Koto Gadang berakar pada ketimpangan antara ketersediaan sumber daya manusia pemandu wisata dengan luasan area destinasi, jumlah objek wisata, dan potensi kunjungan yang terus mengalami peningkatan. Berdasarkan temuan di lapangan, Nagari Koto Gadang saat ini hanya

memiliki tiga orang pemandu wisata aktif yang bertugas melayani kunjungan ke berbagai situs sejarah yang tersebar di kawasan tersebut. Jumlah yang secara statistik tidak sebanding ini menjadi indikator awal adanya kesenjangan struktural dalam tata kelola kepariwisataan di daerah tersebut.

Keterbatasan kuantitatif ini diperparah oleh fakta bahwa ketiga pemandu yang tersedia bukanlah penduduk asli Koto Gadang, melainkan individu pendatang yang tidak memiliki ikatan genealogis maupun kultural dengan komunitas lokal. Kondisi ini secara langsung mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan, karena seorang pemandu yang tidak tumbuh dan besar di lingkungan Koto Gadang kehilangan akses terhadap pengetahuan informal yang tidak tertulis dalam buku panduan, seperti cerita dari sesepuh, mitos lokal, dan perubahan sosial yang terjadi dari generasi ke generasi.

Dengan demikian, permasalahan kuantitas pemandu yang terbatas dan ketiadaan akar lokalitas ini menjadi akar dari berbagai permasalahan turunan dalam aspek pelayanan kepemanduan, yang pada gilirannya menghambat pembangunan citra destinasi wisata sejarah Koto Gadang secara menyeluruh.

2. Komponen Kualitas Pemandu Wisata

a. Aspek Pengetahuan

Pada aspek pengetahuan, ditemukan bahwa mayoritas pemandu wisata di Koto Gadang hanya menguasai informasi

umum dan permukaan tentang destinasi, seperti nama-nama tokoh dan fungsi bangunan bersejarah, tanpa memiliki pemahaman yang mendalam mengenai konteks historis, sosiologis, dan kultural dari setiap objek yang dipandu. Informasi yang disampaikan cenderung bersifat hafalan dari teks panduan standar tanpa upaya untuk memperkaya narasi dengan cerita rakyat, anekdot, atau perkembangan terkini yang relevan dengan kehidupan masyarakat setempat. Hal ini terbukti ketika wisatawan mengajukan pertanyaan spesifik yang bersifat kontekstual atau historis-kritis, pemandu kesulitan memberikan jawaban yang memadai. Seorang wisatawan bernama Putra mengungkapkan kekecewaannya ketika pemandu hanya mampu menyebutkan bahwa sebuah bangunan merupakan rumah Haji Agus Salim, namun tidak dapat menjelaskan peran tokoh tersebut dalam sidang BPUPKI atau kaitannya dengan sistem pendidikan di daerah tersebut.

Ketiadaan pemandu yang berakar dari Koto Gadang semakin memperparah kondisi ini, karena seharusnya seorang pemandu yang tumbuh besar di Koto Gadang memiliki akses terhadap pengetahuan informal yang tidak tertulis dalam buku panduan, seperti cerita dari sesepuh, mitos lokal, dan perubahan sosial yang terjadi lintas generasi. Sebaliknya, pemandu yang merupakan pendatang hanya mengandalkan materi hafalan dari

modul pelatihan, sehingga pemahaman mereka terhadap sejarah dan budaya Koto Gadang bersifat dangkal dan tidak kontekstual. Pengetahuan yang bersifat hafalan tanpa pemahaman mendalam ini menghasilkan narasi sejarah yang steril dan tidak mampu membangkitkan rasa ingin tahu maupun keterlibatan emosional wisatawan terhadap destinasi.

b. Aspek Komunikasi

Pada aspek komunikasi, ditemukan bahwa pola komunikasi yang terjalin antara pemandu dan wisatawan di Koto Gadang didominasi oleh model komunikasi satu arah, di mana pemandu lebih banyak berbicara dan menyampaikan informasi tanpa melibatkan wisatawan dalam dialog yang interaktif. Pola komunikasi yang demikian mengakibatkan wisatawan ditempatkan sebagai penerima pasif informasi, bukan sebagai partisipan aktif dalam pengalaman wisata yang seharusnya bersifat dialogis dan partisipatif. Nada suara yang digunakan oleh pemandu cenderung datar dan minim ekspresi vokal, sehingga materi yang disampaikan terasa membosankan dan tidak menarik bagi wisatawan.

Hasil observasi peneliti selama tur di Janjang Saribu menunjukkan bahwa pemandu berbicara dengan intonasi yang sama sepanjang dua puluh menit tanpa jeda interaktif, dan hampir tidak pernah melakukan kontak mata dengan

wisatawan, yang menciptakan jarak psikologis dan membuat wisatawan merasa asing serta tidak nyaman untuk mengajukan pertanyaan. Seorang wisatawan bernama Fatmawati mengungkapkan bahwa sejak awal bertemu, pemandu jarang tersenyum sehingga wisatawan merasa sungkan untuk bertanya, dan pengalaman tersebut terasa seperti sekolah bukan liburan, padahal mereka berharap bisa santai sambil belajar. Selain itu, beberapa wisatawan mengeluhkan sikap pemandu yang kaku dan menjaga jarak, di mana kurangnya keramahan seperti senyuman dan inisiasi percakapan santai membuat wisatawan merasa tidak dihargai sebagai tamu yang layak mendapat pelayanan hangat. Keberhasilan seorang pemandu sebagai komunikator sangat bergantung pada kemampuannya menciptakan suasana yang hangat dan bersahabat, namun ketiadaan akar lokal membuat interaksi terasa formal dan transaksional, bukan personal dan bermakna. Komunikasi yang kaku dan tidak interaktif ini pada akhirnya menghambat terbentuknya hubungan emosional antara wisatawan dengan pemandu dan destinasi yang dikunjungi.

c. Aspek *Storytelling*

Pada aspek *storytelling*, ditemukan bahwa pemandu wisata di Koto Gadang belum mampu mentransformasikan informasi faktual menjadi sebuah cerita yang hidup, emosional,

dan bermakna bagi wisatawan. Kemampuan bercerita yang merupakan keterampilan inti dalam kepemanduan wisata sejarah ini mencakup kemampuan untuk mengemas fakta sejarah dalam narasi yang memiliki alur, konflik, tokoh dengan karakter, dan pesan moral yang dapat menggerakkan emosi wisatawan. Pemandu tidak menggunakan elemen-elemen naratif seperti konflik, tokoh antagonis atau protagonis, atau perasaan seperti sedih, haru, dan bangga untuk membangun engagement dengan wisatawan. Selain itu, jarang sekali pemandu mengaitkan bangunan atau peristiwa sejarah dengan kehidupan masyarakat Koto Gadang saat ini, sehingga sejarah seolah-olah hanya menjadi masa lalu yang tidak terhubung dengan masa kini dan tidak memiliki relevansi dengan kehidupan kontemporer. Seorang wisatawan bernama Yuli menyampaikan kekecewaannya ketika pemandu hanya menceritakan bahwa Rohana Kudus adalah jurnalis perempuan pertama tanpa memberikan gambaran tentang semangat atau perjuangan yang dialami tokoh tersebut, tidak ada cerita tentang bagaimana beliau berjuang, apa tantangannya, dan bagaimana beliau bisa menjadi seperti itu. Kegagalan dalam *storytelling* ini berkaitan erat dengan ketiadaan pemandu lokal, karena seorang pendatang tidak dapat menceritakan sejarah perjuangan tokoh-tokoh Koto Gadang dengan penuh

penghayatan ketika ia sendiri tidak merasakan kebanggaan sebagai bagian dari masyarakat yang melahirkan tokoh-tokoh tersebut. Narasi yang disampaikan terasa kaku seperti pembacaan teks tanpa jiwa, dan wisatawan gagal merasakan keterhubungan emosional dengan destinasi, sehingga pengalaman wisata kehilangan kedalaman maknanya. Kondisi ini diperparah dengan pendekatan tur yang cenderung terburu-buru karena mengejar target jumlah objek yang dikunjungi, bukan mendalami satu atau dua objek dengan cerita yang kaya, di mana pendekatan kuantitatif ini mengorbankan kualitas pengalaman yang seharusnya menjadi inti dari wisata sejarah. Seorang pengelola objek wisata yang akrab disapa Bang J mengakui bahwa pemandu masih kurang dalam hal memberikan pengalaman yang mendalam dan lebih banyak mengantar dari satu tempat ke tempat lain, dan mereka membutuhkan pelatihan storytelling yang lebih baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepemanduan.

C. Analisis Dan Pembahasan

1. Peran Pemandu Wisata sebagai Penjelas Budaya dan Pencipta Pengalaman Wisata dalam Membangun Citra Destinasi Koto Gadang

Peran pemandu wisata di Koto Gadang dalam menjalankan fungsinya sebagai penjelas budaya dan

pencipta pengalaman wisata belum dapat dioptimalkan sebagaimana mestinya, dan hal ini berdampak signifikan terhadap pembangunan citra destinasi secara keseluruhan. Berdasarkan hasil analisis terhadap temuan lapangan, permasalahan yang dihadapi tidak hanya bersifat parsial pada aspek teknis kepemanduan, melainkan bersifat sistemik yang meliputi keterbatasan kuantitas sumber daya manusia, lemahnya kompetensi pemandu, belum optimalnya peran pemandu sebagai cultural heritage interpreter, serta terbatasnya keterampilan komunikasi dan storytelling. Keempat aspek ini saling terkait dan membentuk rantai permasalahan yang menghambat terciptanya pengalaman wisata yang bermakna bagi pengunjung. Oleh karena itu, pembahasan berikut akan menguraikan secara mendalam mengapa kondisi ini terjadi dan apa implikasinya terhadap pembangunan citra destinasi Koto Gadang.

1.1 Keterbatasan Sumber Daya Manusia dan Dampaknya terhadap Kualitas Pelayanan

Temuan bahwa Koto Gadang hanya memiliki tiga pemandu wisata aktif untuk melayani seluruh situs sejarah merupakan indikasi pertama dari lemahnya pengelolaan

sumber daya manusia pariwisata.[27] Dalam perspektif manajemen sumber daya manusia pariwisata, rasio pemandu terhadap luas area dan jumlah objek wisata yang tidak seimbang menciptakan apa yang disebut sebagai keterbatasan kapasitas layanan. Konsep ini mengacu pada teori manajemen jasa yang menyatakan bahwa ketika permintaan melebihi kapasitas layanan, maka kualitas jasa akan menurun secara signifikan. Dalam konteks Koto Gadang, keterbatasan jumlah pemandu menyebabkan tiga konsekuensi negatif yang saling terkait.

Pertama, pemandu mengalami kelelahan fisik dan mental karena harus melayani banyak rombongan secara bergantian, dan kelelahan ini berdampak pada menurunnya kualitas interaksi seperti berkurangnya antusiasme, minimnya ekspresi, dan hilangnya kemampuan untuk menyampaikan narasi secara hidup. Penelitian yang dilakukan oleh Rachman dan Hutagalung pada tahun 2024 tentang pengaruh pengetahuan dan keterampilan tour guide terhadap kepuasan wisatawan di Kota Tua Jakarta menemukan bahwa kondisi psikologis pemandu secara langsung memengaruhi persepsi wisatawan terhadap kualitas layanan, di mana pemandu yang lelah cenderung

[27] Hasil wawancara dengan Ketua Pokdarwis, Koto Gadang, 18 Juni 2026.

memberikan pengalaman yang dingin dan mekanis, yang pada akhirnya merusak citra afektif wisatawan.[28]

Kedua, pemandu tidak memiliki cukup waktu untuk mempersiapkan materi dan memperdalam pengetahuan, sehingga mereka lebih fokus pada penyelesaian tur secara cepat daripada memberikan pengalaman yang mendalam, yang menyebabkan tur bersifat kuantitatif dalam mengejar jumlah objek daripada kualitatif dalam pendalaman narasi, yang bertentangan dengan esensi wisata sejarah sebagai pengalaman reflektif dan edukatif.

Ketiga, tidak adanya cadangan sumber daya manusia membuat sistem kepemanduan menjadi rapuh dan tidak berkelanjutan, di mana penelitian Hafidzah, Hakim, Susanto, dan Savitri pada tahun 2024 tentang pengembangan kompetensi pemandu wisata menekankan pentingnya sistem pendukung kelembagaan seperti pelatihan berkala, sertifikasi kompetensi, dan standar pelayanan untuk memastikan keberlanjutan profesi kepemanduan, namun minimnya sistem pendukung ini membuat ketiga pemandu di Koto Gadang bekerja secara individual tanpa payung organisasi yang kuat.[29]

[28] Rachman & Hutagalung, *Pengaruh Pengetahuan dan Keterampilan Tour Guide*, 97
[29] Hafidzah et al., *Pengembangan Kompetensi Pemandu Wisata*, 272.

Keterbatasan kuantitas sumber daya manusia ini juga berdampak pada tidak adanya proses regenerasi dan kaderisasi yang terstruktur. Tidak ada program transfer pengetahuan dari pemandu senior kepada generasi muda, padahal pengetahuan sejarah dan budaya Koto Gadang yang bersifat lisan dan kontekstual sangat rentan punah jika tidak diwariskan.[30] Minimnya minat pemuda lokal untuk terjun sebagai pemandu wisata juga menjadi indikasi bahwa profesi ini belum dipersepsikan sebagai jalur karier yang menjanjikan, baik dari sisi ekonomi maupun pengakuan sosial.

Akibatnya, model ketergantungan pada individu ini sangat berisiko, karena jika ketiga pemandu tersebut pindah, pensiun, atau kehilangan motivasi, maka seluruh ekosistem wisata sejarah di Koto Gadang akan lumpuh.

1.2 Kompetensi Pemandu Wisata dan Akar Lokalitas dalam Penguasaan Pengetahuan Kontekstual

Temuan paling fundamental dalam penelitian ini adalah absennya pemandu wisata yang berakar dari Koto Gadang, di mana sebagian besar pemandu adalah pendatang yang mempelajari sejarah dan budaya Koto Gadang secara formal melalui modul pelatihan tanpa pengalaman hidup

[30] Hasil wawancara dengan Bapak Jurian, Ketua Pokdarwis Koto Gadang, Koto Gadang, 18 Juni 2026.

dan ikatan emosional dengan masyarakat setempat.[31] Dalam perspektif teori pengetahuan, perbedaan antara pemandu lokal dan pendatang dapat dijelaskan melalui konsep *tacit knowledge* (pengetahuan tacit) dan *explicit knowledge* (pengetahuan eksplisit) yang dikemukakan oleh Nonaka dan Takeuchi.

Pengetahuan eksplisit adalah pengetahuan yang dapat didokumentasikan, dihafalkan, dan ditransfer melalui teks atau modul seperti nama tokoh, tahun kelahiran, dan fungsi bangunan, sementara pengetahuan tacit adalah pengetahuan yang tertanam dalam pengalaman, intuisi, dan konteks sosial-budaya seperti cerita turun-temurun, nuansa emosional, dan pemahaman tentang nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat.[32]

Pemandu lokal yang tumbuh besar di Koto Gadang akan memiliki akses terhadap pengetahuan tacit yang tidak mungkin diperoleh oleh pendatang, seperti cerita dari nenek tentang perjuangan tokoh, ritual adat yang masih dijalankan, perubahan sosial yang terjadi dari generasi ke generasi, dan hubungan emosional antara masyarakat dengan situs-situs sejarah.

[31] Hasil wawancara dengan pemandu wisata Koto Gadang, Koto Gadang, 18 Juni 2026.
[32] Nonaka & Takeuchi, *The Knowledge-Creating Company*, 8-10.

Penelitian yang dilakukan oleh Agustiani, Mulyana, dan Maharani pada tahun 2025 tentang pengalaman wisatawan berinteraksi dengan pemandu lokal di Desa Wisata Situs Gunung Padang menemukan bahwa pemandu lokal memainkan peran profesional dalam menciptakan pengalaman wisata dengan kualitas pengetahuan yang mendalam, keterampilan komunikasi yang baik, dan kemampuan berempati, di mana pemandu lokal yang memiliki ikatan emosional dengan tempatnya mampu memberikan pengalaman yang lebih autentik dan bermakna bagi wisatawan.[33]

Sebaliknya, pemandu pendatang hanya memiliki pengetahuan eksplisit yang bersifat hafalan, dan ketika wisatawan mengajukan pertanyaan kontekstual seperti peran H. Agus Salim dalam BPUPKI atau kaitannya dengan sistem pendidikan, pemandu tidak mampu menjawab karena pengetahuan mereka tidak melampaui informasi dasar.

Hal ini ditegaskan oleh pernyataan seorang wisatawan bernama Putra yang mengungkapkan kekecewaannya bahwa pemandu hanya mengetahui bahwa bangunan tersebut adalah rumah Haji Agus Salim, namun

[33] Agustiani, Mulyana, & Maharani, *Pengalaman Wisatawan Berinteraksi dengan Pemandu Lokal*, 54.

ketika ditanya tentang peran tokoh tersebut dalam sidang BPUPKI atau kaitannya dengan sistem pendidikan di daerah tersebut, pemandu hanya tersenyum dan mengakui ketidaktahuannya, sehingga wisatawan merasa kecewa karena datang jauh-jauh untuk belajar sejarah tetapi hanya mendapatkan informasi di permukaan saja.[34]

Penelitian Damayanti, Berliana, Setyo, dan Siswani pada tahun 2025 tentang peran *local guide* dalam meningkatkan pengalaman wisata di Keraton Yogyakarta menegaskan bahwa pemandu yang tumbuh di lingkungan budaya setempat memiliki keunggulan dalam menyampaikan narasi yang kaya akan nuansa lokal, yang sulit ditiru oleh pemandu pendatang.[35]

Temuan ini diperkuat oleh pernyataan Ketua Pokdarwis Bapak Jurian yang menyatakan bahwa pemandu wisata mempelajari sejarah dan budaya keluarganya melalui keterlibatan dalam interaksi dengan komunitas perantau dari Koto Gadang yang sering ditemuinya di Jakarta, dan melalui pertemuan keluarga serta diskusi dengan tokoh-tokoh penting seperti Sultan Sahril dan anggota keluarga Agus Salim, ia mendapatkan wawasan mengenai cerita-cerita neneknya yang memperkaya

[34] Hasil wawancara dengan Putra, wisatawan, Koto Gadang, 15 Juni 2026.
[35] Damayanti et al., *Peran Local Guide dalam Meningkatkan Pengalaman Wisata*, 142.

pemahamannya tentang sejarah.[22]

Namun demikian, dari sisi kompetensi inti yang meliputi penguasaan materi sejarah, kemampuan bercerita, dan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya, sumber daya manusia yang ada tergolong mumpuni dan memiliki motivasi intrinsik yang tinggi. Hal ini terlihat dari upaya salah seorang pemandu yang secara aktif berdiskusi dengan para ahli sejarah budaya untuk membandingkan dan menginterpretasi cerita-cerita turun-temurun, sehingga pemahamannya tidak sekadar hafalan, tetapi telah melalui proses verifikasi dan refleksi kritis.[23]

1.3 Peran Pemandu sebagai Penafsir Warisan Budaya dan Pencipta Pengalaman Wisata

Peran pemandu wisata sebagai Penafsir Warisan Budaya tidak hanya tentang menyampaikan informasi, tetapi juga menghubungkan wisatawan dengan nilai-nilai intrinsik dari warisan budaya yang dikunjungi. Penelitian Saputra, Nadita, Syarifuddin, dan Pamulaan pada tahun 2025 tentang potensi *heritage hunt* sebagai pemandu wisata sejarah bangunan menekankan bahwa interpretasi warisan budaya yang efektif harus mengungkapkan makna di balik fakta dan menghubungkan pengunjung dengan esensi dari

situs yang dikunjungi.[36]

Temuan di Koto Gadang menunjukkan bahwa peran ini belum terpenuhi, di mana wisatawan hanya mendengar daftar fakta tanpa makna mendalam dan tidak diajak untuk merenungkan bagaimana perjuangan tokoh-tokoh Koto Gadang relevan dengan kehidupan mereka saat ini. Seorang wisatawan bernama Radinka menyampaikan bahwa ia datang dengan ekspektasi tinggi namun pulang dengan perasaan biasa saja, karena ia tidak merasakan keajaiban sejarah di sana, padahal ketika ia ke museum di luar negeri, pemandu bisa membuatnya menangis atau merinding dengan cerita mereka, sementara pemandu di Koto Gadang tidak membantu untuk merasa masuk ke dalam masa lalu.[37]

Peran pemandu sebagai Pencipta Pengalaman Wisata juga belum berjalan optimal. Seorang pemandu wisata sejarah yang ideal tidak hanya menyampaikan fakta-fakta sejarah secara kaku, tetapi harus mampu merangkai informasi tersebut menjadi sebuah narasi yang menarik, hidup, dan mudah dicerna, layaknya sebuah cerita yang mengalir.[38] Dalam konteks Koto Gadang, terdapat beberapa indikasi kegagalan peran ini. Pertama, kurangnya kreativitas dalam menyusun tur terlihat dari tidak adanya

[36] Saputra et al., *Potensi Heritage Hunt Sebagai Pemandu Wisata Sejarah Bangunan*, 56.
[37] Hasil wawancara dengan Radinka, wisatawan, Koto Gadang, 16 Juni 2026
[38] Iskandar, *Pemandu Wisata Sejarah: Teori dan Praktik*, 112.

variasi dalam cara penyampaian, tidak ada penggunaan properti, permainan peran, atau ajakan untuk melakukan aktivitas sensorik seperti menyentuh dinding tua atau mendengarkan suara lingkungan yang dapat memperdalam pengalaman wisatawan. Kedua, tur cenderung terburu-buru karena mengejar target jumlah objek yang dikunjungi, bukan mendalami satu atau dua objek dengan cerita yang kaya, di mana pendekatan kuantitatif ini mengorbankan kualitas pengalaman yang seharusnya menjadi inti dari wisata sejarah. Seorang pengelola objek wisata yang akrab disapa Bang J mengakui bahwa mereka menyadari pemandu masih kurang dalam hal memberikan pengalaman yang mendalam dan lebih banyak mengantar dari satu tempat ke tempat lain, namun mereka juga bingung karena jika terlalu lama di satu tempat, wisatawan bisa bosan, sehingga mereka membutuhkan pelatihan *storytelling* yang lebih baik.

Penelitian Nisa dan Sulthoni pada tahun 2025 tentang pelatihan pemandu wisata berbasis sejarah lokal dan konservasi lingkungan di Pantai Pulau Merah, Banyuwangi, menegaskan bahwa pemandu wisata yang terlatih dengan baik mampu menjadi mediator antara wisatawan dan warisan budaya, menciptakan pengalaman

yang transformatif dan berkesan.[39] Tanpa interpretasi yang mendalam, situs-situs sejarah Koto Gadang berisiko menjadi pemandangan bisu yang tidak dapat berbicara kepada pengunjung, sebagaimana penelitian Basuki, Tussholia, dan Hidayat pada tahun 2026 tentang dampak program pemandu wisata gratis di Kota Tua Jakarta menemukan bahwa keberadaan pemandu wisata yang profesional mampu meningkatkan pemahaman wisatawan tentang sejarah dan memperkuat citra destinasi sebagai tujuan wisata budaya yang edukatif dan interaktif, namun kondisi sebaliknya terjadi di Koto Gadang di mana ketiadaan pemandu yang kompeten membuat wisatawan tidak memperoleh pengalaman bermakna.[40]

1.4 Keterampilan Komunikasi dan *Storytelling* Pemandu Wisata

Keterampilan komunikasi merupakan kompetensi fundamental yang harus dimiliki oleh setiap pemandu wisata, karena keberhasilan seorang pemandu sebagai komunikator sangat bergantung pada kemampuannya menciptakan suasana yang hangat dan bersahabat.[41] Temuan di lapangan menunjukkan bahwa komunikasi yang terjalin antara pemandu dan wisatawan di Koto Gadang

[39] Nisa & Sulthoni, *Pelatihan Pemandu Wisata Berbasis Sejarah Lokal*, 64.
[40] Basuki, Tussholia, & Hidayat, *Dampak Program Pemandu Wisata Gratis*, 86.
[41] Trivenna & Eviana, *Pentingnya Kompetensi Pemandu Wisata*, 185.

didominasi oleh pola komunikasi satu arah, di mana pemandu lebih banyak berbicara tanpa melibatkan wisatawan dalam dialog. Nada suara yang digunakan cenderung datar dan minim ekspresi, sehingga materi yang disampaikan terasa membosankan dan tidak menarik.

Hasil observasi peneliti selama tur di Janjang Saribu menunjukkan bahwa pemandu berbicara dengan intonasi yang sama sepanjang kurang lebih 20 menit tanpa jeda interaktif, dan hampir tidak pernah menatap mata wisatawan, yang membuat wisatawan merasa asing dan tidak nyaman untuk mengajukan pertanyaan. Seorang wisatawan bernama Fatmawati mengungkapkan bahwa sejak awal bertemu, pemandu jarang tersenyum sehingga mereka merasa sungkan untuk bertanya, dan pengalaman tersebut terasa seperti sekolah bukan liburan, padahal mereka berharap bisa santai sambil belajar, tetapi ternyata malah terasa tegang.

Selain itu, beberapa wisatawan mengeluhkan sikap pemandu yang kaku dan menjaga jarak, di mana kurangnya keramahan seperti senyuman dan inisiasi percakapan santai membuat wisatawan merasa tidak dihargai sebagai tamu.[42] Penelitian Malinda dan Doni pada tahun 2024 tentang

[42] Hasil wawancara dengan wisatawan di Koto Gadang, 14-17 Juni 2026.

pengaruh kualitas pelayanan *local guide* terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Lobang Jepang, Bukittinggi yang memiliki kedekatan geografis dengan Koto Gadang menemukan bahwa kualitas pelayanan pemandu wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan, dan penelitian tersebut menegaskan bahwa pemandu yang ramah, komunikatif, dan memiliki pengetahuan mendalam mampu menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan dan membangkitkan emosi positif, sementara pemandu yang kaku, monoton, dan kurang interaktif akan menurunkan kepuasan wisatawan dan memicu emosi negatif seperti kebosanan dan kekecewaan.[43] Ketiadaan akar lokal membuat interaksi terasa formal dan transaksional, bukan personal dan bermakna, karena bagaimana mungkin seorang pendatang dapat menciptakan kehangatan tersebut ketika ia sendiri tidak memiliki ikatan emosional dengan tempat yang ia perkenalkan.

Kegagalan dalam *storytelling* juga menjadi permasalahan kritis yang ditemukan di lapangan. Pusparani, Adriani, Hutagalung, dan Pradhipta pada tahun 2025 dalam kajian sistematis tentang peran dan transformasi pemandu wisata di era digital menemukan bahwa *storytelling*

[43] Malinda & Doni, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Local Guide*, 40.

menjadi kompetensi kunci yang harus dimiliki pemandu wisata modern, di mana pemandu yang mampu menyampaikan narasi secara hidup dan emosional akan menciptakan pengalaman yang lebih berkesan dan membangun citra destinasi yang positif.[44]

Dalam konteks Koto Gadang, pemandu wisata belum mampu mentransformasikan informasi faktual menjadi sebuah cerita yang hidup dan emosional. Mereka tidak menggunakan elemen-elemen naratif seperti konflik, tokoh antagonis atau protagonis, atau perasaan seperti sedih, haru, dan bangga untuk membangun *engagement* dengan wisatawan. Seorang wisatawan bernama Yuli menyampaikan kekecewaannya dengan menyatakan bahwa ia datang karena penasaran dengan kisah Rohana Kudus dan telah membaca sedikit tentang beliau di internet, namun pemandu hanya bercerita bahwa beliau adalah jurnalis perempuan pertama tanpa memberikan gambaran tentang semangat atau perjuangan yang dialami, tidak ada cerita tentang bagaimana beliau berjuang, apa tantangannya, dan bagaimana beliau bisa menjadi seperti itu, yang dirasakan sangat disayangkan.[45]

[44] Pusparani et al., *Peran dan Transformasi Pemandu Wisata di Era Digital*, 165.
[45] Hasil wawancara dengan Yuli, wisatawan, Koto Gadang, 16 Juni 2026.

Kegagalan dalam *storytelling* ini berkaitan erat dengan ketiadaan pemandu lokal, karena bagaimana mungkin seorang pendatang dapat menceritakan sejarah perjuangan Rohana Kudus dengan penuh penghayatan ketika ia sendiri tidak merasakan kebanggaan sebagai bagian dari masyarakat yang melahirkan tokoh tersebut. Penelitian Sitohang, Wahyu, Alfi, dan Yuviansyah pada tahun 2024 tentang peran pemandu wisata dalam pengembangan keberlanjutan pariwisata Pasar Seni Ubud, Bali, menemukan bahwa pemandu wisata berperan sebagai penghubung penting antara destinasi dan wisatawan, di mana kemampuan komunikasi dan storytelling menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan, dan kegagalan dalam *storytelling* menyebabkan wisatawan gagal merasakan keterhubungan emosional dengan destinasi.[46] Akibatnya, narasi yang disampaikan terasa kaku seperti pembacaan teks tanpa jiwa, sehingga wisatawan gagal merasakan keterhubungan emosional dengan destinasi, dan hal ini pada akhirnya merusak citra afektif yang seharusnya terbentuk dalam benak wisatawan.

[46] Sitohang et al., *Peran Pemandu Wisata dalam Pengembangan Keberlanjutan Pariwisata*, 120.

1.5 Implikasi terhadap Citra Destinasi

Kegagalan pemandu dalam menjalankan perannya sebagai penjelas budaya dan pencipta pengalaman memiliki implikasi serius terhadap citra destinasi Koto Gadang. Penelitian Anggraini, Rahayu, dan Supraptini pada tahun 2025 tentang pengaruh citra destinasi dan kualitas layanan terhadap minat berkunjung wisatawan menemukan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan, dan penelitian tersebut menegaskan bahwa kualitas layanan termasuk peran pemandu wisata merupakan faktor penting dalam membangun citra destinasi yang positif. Citra destinasi adalah gambaran seseorang tentang apa yang mereka ketahui, pahami, dan pikirkan tentang suatu tempat atau destinasi, dan penelitian tentang citra objek wisata dan kepuasan wisatawan menunjukkan bahwa citra destinasi terbentuk melalui komponen kognitif dan afektif yang saling memengaruhi.[47]

Karena pengalaman yang diberikan pemandu dangkal, kaku, dan tidak berkesan, wisatawan membentuk citra holistik yang negatif di mana Koto Gadang dianggap sebagai destinasi yang biasa saja, membosankan, dan tidak

[47] Anggraini, Rahayu, & Supraptini, *Pengaruh Citra Destinasi dan Kualitas Layanan*, 210.

profesional. Hal ini tercermin dari pernyataan seorang wisatawan bernama Lili yang dengan tegas menyatakan bahwa sayang sekali potensi Koto Gadang ini karena tempatnya bagus dan sejarahnya kaya, tetapi pemandunya tidak memadai, sehingga ia tidak akan merekomendasikan ke teman-temannya karena takut mereka juga kecewa dan lebih baik ke tempat lain yang lebih profesional.[48] Citra negatif ini kemudian menyebar melalui *word-of-mouth*, baik secara lisan maupun melalui media sosial, yang pada akhirnya menurunkan minat calon wisatawan untuk berkunjung, dan hal ini menjelaskan mengapa angka kunjungan ke Koto Gadang masih berada di bawah target meskipun potensi wisata sangat besar.

Dalam era digital, *negative electronic word-of-mouth* dapat menyebar dengan cepat dan menjangkau audiens yang luas, sehingga dampaknya terhadap citra destinasi menjadi semakin masif dan sulit dikendalikan. Hal ini menjelaskan mengapa meskipun telah ada upaya promosi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Agam, angka kunjungan ke Koto Gadang tetap stagnan dan berada di bawah target, karena upaya promosi yang tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang memadai khususnya dalam

[48] Hasil wawancara dengan wisatawan di Koto Gadang, 14-17 Juni 2026.

hal kepemanduan akan sia-sia karena citra destinasi yang terbentuk di benak wisatawan justru dibentuk oleh pengalaman nyata di lapangan, bukan oleh citra yang dipromosikan secara artifisial.[49]

2. Persepsi Wisatawan terhadap Peran Pemandu dalam Membentuk Pengalaman dan Citra Destinasi Wisata Sejarah Koto Gadang

Berdasarkan temuan lapangan, persepsi wisatawan terhadap peran pemandu dan citra Koto Gadang secara dominan bersifat negatif. Pembahasan berikut akan menguraikan secara sistematis bagaimana ketiga dimensi citra destinasi kognitif, afektif, dan konatif terbentuk berdasarkan pengalaman wisatawan dengan pemandu.

a) Citra Kognitif, Pengetahuan Dangkal yang Gagal Membangun Pemahaman Mendalam

Citra kognitif merujuk pada keyakinan dan pengetahuan rasional yang dimiliki individu tentang atribut-atribut suatu destinasi. Dimensi ini terbentuk melalui proses evaluasi terhadap berbagai elemen destinasi, seperti daya tarik wisata, fasilitas, infrastruktur, dan kualitas pelayanan. Dalam konteks Koto Gadang, citra kognitif yang terbentuk di benak wisatawan bersifat dangkal dan generik. Mereka

[49] Anggraini, Rahayu, & Supraptini, *Pengaruh Citra Destinasi dan Kualitas Layanan*, 210.

mengetahui bahwa Koto Gadang adalah tempat lahirnya tokoh-tokoh penting, tetapi tidak memahami signifikansi historis dari tokoh-tokoh tersebut secara mendalam.

Wisatawan Abdul mengungkapkan bahwa ia bisa mendapatkan informasi yang sama dari Google, yang mengindikasikan bahwa pemandu gagal memberikan pengetahuan tambahan yang tidak tersedia di sumber-sumber umum. Fenomena ini mencerminkan kegagalan pemandu dalam menjalankan fungsi edukatifnya sebagai penyedia interpretasi sejarah yang kontekstual dan mendalam. Penelitian Abrian, Wardi, Abror, Dwita, dan Evanita (2023) tentang pengalaman wisatawan dan citra destinasi menemukan bahwa wisatawan modern telah memiliki akses ke informasi dasar sebelum berkunjung, sehingga nilai tambah dari pemandu wisata terletak pada kemampuan mereka untuk menyediakan pengetahuan kontekstual, interpretasi mendalam, dan koneksi emosional yang tidak dapat diperoleh dari mesin pencari.

Kegagalan pemandu dalam memberikan pengetahuan mendalam disebabkan oleh dua faktor fundamental. Pertama, keterbatasan pengetahuan eksplisit mereka yang hanya bersifat hafalan dari modul pelatihan standar, tanpa pemahaman kontekstual tentang dinamika

sosial-budaya masyarakat Koto Gadang. Kedua, ketiadaan pengetahuan tacit yang hanya dimiliki oleh pemandu lokal yang tumbuh dan besar di lingkungan budaya setempat. Pemandu lokal yang memiliki pengetahuan tacit tentang sejarah dan budaya Koto Gadang seharusnya mampu mengeksternalisasikan pengetahuan tersebut menjadi narasi yang kaya dan mendalam. Namun, karena pemandu yang ada adalah pendatang, proses transformasi pengetahuan tacit menjadi eksplisit tidak terjadi secara optimal.

Akibatnya, citra kognitif yang terbentuk tidak memiliki kedalaman dan keunikan. Wisatawan tidak memperoleh pemahaman yang membedakan Koto Gadang dari destinasi sejarah lainnya. Citra kognitif yang samar dan generik ini pada gilirannya melemahkan dimensi citra lainnya, karena tanpa pengetahuan yang kuat dan membekas, wisatawan sulit membentuk perasaan positif dan niat untuk kembali. Penelitian Anggraini, Rahayu, dan Supraptini (2025) menegaskan bahwa citra destinasi yang positif terbentuk ketika wisatawan memperoleh pengalaman yang kaya akan pengetahuan dan makna, yang pada akhirnya mendorong minat berkunjung.

b) Citra Afektif, Perasaan Bosan dan Kecewa sebagai Dominasi Emosi

Citra afektif mencerminkan perasaan dan respons emosional seseorang terhadap suatu destinasi. Dimensi ini berkaitan dengan bagaimana wisatawan merasakan destinasi tersebut apakah menyenangkan, menarik, membosankan, atau menegangkan. Temuan lapangan menunjukkan bahwa wisatawan secara dominan merasakan emosi negatif: bosan, kecewa, dan tidak terhubung secara emosional. Radinka menyatakan bahwa ia tidak merasakan "magic" sejarah, dan Fatmawati merasa pengalamannya seperti "sekolah" daripada "liburan." Pernyataan ini mengindikasikan bahwa pengalaman wisata yang seharusnya bersifat rekreatif dan transformatif justru terasa kaku, formal, dan kehilangan esensi emosionalnya.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep pengalaman emosional dalam pariwisata warisan (heritage tourism). Penelitian Agustiani, Mulyana, dan Maharani (2025) tentang pengalaman wisatawan berinteraksi dengan pemandu lokal menemukan bahwa pengalaman wisata yang bermakna terjadi ketika wisatawan merasakan keterlibatan emosional mereka merasa tersentuh, terinspirasi, atau terhubung secara personal dengan narasi yang disampaikan oleh pemandu. Pemandu yang memiliki kemampuan komunikasi interpersonal yang baik dan empati yang tinggi

mampu menciptakan pengalaman emosional yang mendalam bagi wisatawan, sehingga meninggalkan kesan yang sulit dilupakan.

Namun, pemandu di Koto Gadang gagal menjalankan peran sebagai mediator emosional ini. Ketiadaan penghayatan emosional dalam penyampaian narasi membuat wisatawan tidak merasakan "jiwa" dari tempat yang mereka kunjungi. Padahal, sebagaimana ditegaskan oleh Iskandar (2025), seorang pemandu wisata sejarah yang ideal tidak hanya menyampaikan fakta-fakta sejarah secara kaku, tetapi harus mampu merangkai informasi tersebut menjadi sebuah narasi yang menarik, hidup, dan mudah dicerna, layaknya sebuah cerita yang mengalir.

Ketidakmampuan ini menciptakan apa yang dalam literatur psikologi organisasi disebut kesenjangan antara emosi yang dirasakan secara internal dan emosi yang diekspresikan secara eksternal. Pemandu pendatang mungkin secara sadar berusaha menyampaikan narasi dengan emosi, tetapi karena mereka tidak benar-benar merasakan keterikatan personal dan kebanggaan terhadap tempat yang mereka perkenalkan, ekspresi emosional mereka terasa artifisial dan tidak meyakinkan. Wisatawan,

sebagai penerima pesan, dapat merasakan ketidakautentikan ini secara intuitif, yang pada akhirnya mengurangi tingkat kepercayaan dan keterlibatan emosional mereka terhadap destinasi.

Penelitian Malinda dan Doni (2024) tentang pengaruh kualitas pelayanan local guide terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Lobang Jepang, Bukittinggi yang memiliki kedekatan geografis dengan Koto Gadang menemukan bahwa kualitas pelayanan pemandu wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa pemandu yang ramah, komunikatif, dan memiliki pengetahuan mendalam mampu menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan dan membangkitkan emosi positif. Sebaliknya, pemandu yang kaku, monoton, dan kurang interaktif akan menurunkan kepuasan wisatawan dan memicu emosi negatif seperti kebosanan dan kekecewaan.

Dengan demikian, dominasi emosi negatif dalam pengalaman wisatawan di Koto Gadang bukanlah faktor kebetulan, melainkan konsekuensi logis dari kegagalan pemandu dalam membangun koneksi emosional yang autentik. Citra afektif yang negatif ini menjadi penghalang utama dalam pembentukan citra destinasi yang positif dan

berkelanjutan.

c) Citra Konatif, Rendahnya Niat Perilaku sebagai Akumulasi dari Citra Kognitif dan Afektif yang Lemah

Citra konatif merujuk pada niat perilaku individu terhadap destinasi, seperti niat untuk berkunjung kembali atau merekomendasikan kepada orang lain. Dimensi ini merupakan konsekuensi atau hasil dari dimensi kognitif dan afektif, yang termanifestasi dalam bentuk kecenderungan bertindak. Temuan lapangan menunjukkan bahwa citra konatif wisatawan terhadap Koto Gadang sangat rendah. Lili secara tegas menyatakan tidak akan merekomendasikan Koto Gadang karena khawatir teman-temannya juga akan kecewa. Pernyataan ini mencerminkan rendahnya loyalitas wisatawan dan melemahnya potensi promosi dari mulut ke mulut yang seharusnya menjadi aset berharga bagi pengembangan destinasi.

Penelitian Trivenna dan Eviana (2024) tentang pentingnya kompetensi pemandu wisata dalam meningkatkan kepuasan wisatawan menemukan bahwa kepuasan wisatawan yang tinggi akan mendorong niat untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Sebaliknya, ketidakpuasan yang disebabkan oleh layanan pemandu yang buruk akan

menurunkan niat perilaku wisatawan secara signifikan. Temuan ini mengonfirmasi bahwa kualitas pemandu wisata bukan sekadar faktor pelengkap, melainkan variabel determinan dalam membentuk loyalitas wisatawan.

Penelitian Muttaqien dan Permana (2025) tentang pengelolaan layanan sebagai upaya meningkatkan kepuasan pengunjung di destinasi wisata Tangkuban Perahu menemukan bahwa interaksi langsung antara wisatawan dan penyedia layanan (termasuk pemandu wisata) memiliki peran krusial dalam membentuk kepuasan dan niat perilaku. Penyedia layanan yang positif ditandai dengan keramahan, kecepatan tanggap, dan empati akan menciptakan kesan mendalam dan mendorong wisatawan untuk kembali serta merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

Lebih jauh, temuan ini memiliki implikasi signifikan terhadap keberlanjutan pariwisata Koto Gadang. Penelitian Anggraini, Rahayu, dan Supraptini (2025) tentang pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung menemukan bahwa citra destinasi yang positif akan mendorong minat berkunjung wisatawan, sementara citra yang negatif akan menekan minat tersebut. Ketika wisatawan yang kecewa menyebarkan negative *word-of-mouth* baik secara lisan maupun melalui platform media

sosial potensi calon wisatawan baru berkurang secara signifikan. Dalam era digital, negative electronic *word-of-mouth* (eWOM) dapat menyebar dengan cepat dan menjangkau audiens yang luas, sehingga dampaknya terhadap citra destinasi menjadi semakin masif dan sulit dikendalikan.

Hal ini menjelaskan mengapa meskipun telah ada upaya promosi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Agam, angka kunjungan ke Koto Gadang tetap stagnan dan berada di bawah target. Upaya promosi yang tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang memadai khususnya dalam hal kepemanduan akan sia-sia karena citra destinasi yang terbentuk di benak wisatawan justru dibentuk oleh pengalaman nyata di lapangan, bukan oleh citra yang dipromosikan secara artifisial.

d) Sintesis Keterkaitan Antara Peran Pemandu dan Ketiga Dimensi Citra

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disintesis bahwa terdapat hubungan kausal yang jelas dan terstruktur antara peran pemandu wisata dan pembentukan ketiga dimensi citra destinasi. Hubungan ini dapat dijelaskan melalui model kausalitas sebagai berikut:

Pertama, Peran Pemandu sebagai Penjelas Budaya berkontribusi secara langsung terhadap pembentukan Citra Kognitif. Kualitas pengetahuan dan interpretasi yang disampaikan pemandu apakah bersifat mendalam dan kontekstual atau sekadar hafalan dangkal secara langsung membentuk keyakinan rasional wisatawan tentang atribut-atribut Koto Gadang. Pengetahuan yang dangkal dan hafalan menghasilkan citra kognitif yang generik, mudah dilupakan, dan tidak memberikan nilai tambah dibandingkan informasi yang tersedia di internet. Sebaliknya, pengetahuan yang mendalam, kontekstual, dan disampaikan dengan narasi yang hidup akan menciptakan citra kognitif yang kuat, unik, dan membekas dalam ingatan wisatawan.

Kedua, Peran Pemandu sebagai Pencipta Pengalaman berkontribusi secara langsung terhadap pembentukan Citra Afektif. Kemampuan pemandu dalam *storytelling*, membangun interaksi emosional, dan menciptakan suasana yang hangat dan bersahabat secara langsung membentuk perasaan wisatawan terhadap destinasi. Kegagalan dalam storytelling yang ditandai dengan penyampaian yang monoton, kaku, dan tanpa penghayatan emosional menghasilkan dominasi perasaan bosan dan kecewa dalam citra afektif. Sebaliknya, pemandu yang mampu menyampaikan narasi dengan penghayatan dan

membangun koneksi personal akan membangkitkan emosi positif seperti kagum, terinspirasi, dan terhubung secara emosional.

Ketiga, Citra Kognitif dan Afektif secara bersama-sama memengaruhi Citra Konatif. Citra kognitif dan afektif yang positif akan mendorong niat perilaku yang konstruktif seperti keinginan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain (*word-of-mouth intention*). Sebaliknya, citra kognitif dan afektif yang negatif ditandai dengan pengetahuan yang dangkal dan perasaan bosan akan menekan niat perilaku tersebut. Rendahnya kualitas kedua dimensi pertama secara langsung menyebabkan rendahnya niat wisatawan untuk kembali dan merekomendasikan Koto Gadang, yang pada akhirnya berdampak pada stagnasi angka kunjungan.

Hubungan kausal ini sejalan dengan model citra destinasi yang dikembangkan oleh Baloglu dan McCleary, yang menyatakan bahwa citra kognitif dan afektif secara bersama-sama memengaruhi citra keseluruhan, yang kemudian mendorong niat perilaku. Model ini menegaskan bahwa citra destinasi bukanlah entitas tunggal, melainkan konstruksi multidimensi yang terbentuk melalui proses psikologis yang kompleks. Dalam model ini, pemandu wisata berperan sebagai

variabel intervening yang memediasi hubungan antara atribut destinasi (objektif) dan persepsi wisatawan (subjektif).

Dengan demikian, kegagalan pemandu wisata dalam menjalankan perannya sebagai penjelas budaya dan pencipta pengalaman telah menciptakan efek berantai yang merusak seluruh ekosistem citra destinasi Koto Gadang. Kegagalan pada tataran operasional pelayanan pemandu berimbas pada tataran perseptual citra wisatawan, yang pada akhirnya berdampak pada tataran perilaku niat berkunjung dan merekomendasikan. Efek berantai ini menjelaskan mengapa upaya-upaya promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata belum mampu meningkatkan angka kunjungan secara signifikan, karena akar permasalahan terletak pada kualitas pengalaman wisata itu sendiri.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran pemandu wisata dalam pembangunan citra destinasi wisata sejarah Koto Gadang serta mengetahui bagaimana tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam implementasi peran tersebut. Berdasarkan penelitian ini, maka penulis dapat memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1) Peran Pemandu Wisata dalam Pembangunan Citra Destinasi

Peran pemandu wisata di Koto Gadang sebagai penjelas budaya dan pencipta pengalaman wisata belum berjalan optimal. Permasalahan yang dihadapi bersifat sistemik, mencakup empat aspek utama:

(a) Keterbatasan Kuantitas Sumber Daya Manusia

Koto Gadang hanya memiliki tiga pemandu wisata aktif untuk melayani seluruh situs sejarah di kawasan seluas 896 hektar. Keterbatasan ini menyebabkan pemandu mengalami kelelahan, tur bersifat kuantitatif kualitatif, serta tidak adanya regenerasi dan kaderisasi yang terstruktur.

(b) Lemahnya Kompetensi dan Akar Lokalitas

Pemandu wisata di Koto Gadang mayoritas

adalah pendatang yang hanya menguasai pengetahuan eksplisit (hafalan dari modul) tanpa pengetahuan tacit (cerita turun-temurun dan nilai-nilai budaya). Akibatnya, pemandu tidak mampu menjawab pertanyaan kontekstual wisatawan, sehingga pengalaman wisata menjadi dangkal dan tidak bermakna.

(c) Belum Optimalnya Peran sebagai Penafsir Warisan Budaya

Pemandu belum mampu menghubungkan wisatawan dengan nilai-nilai intrinsik warisan budaya. Wisatawan hanya mendengar daftar fakta tanpa makna mendalam, dan tur cenderung terburu-buru tanpa sentuhan kreatif yang memperdalam pengalaman.

(d) Terbatasnya Keterampilan Komunikasi dan *Storytelling*

Komunikasi didominasi pola satu arah dengan nada datar dan minim ekspresi. Pemandu belum mampu mentransformasikan fakta menjadi cerita yang hidup dan emosional, sehingga wisatawan gagal merasakan keterhubungan emosional dengan destinasi.

2) Persepsi Wisatawan terhadap Citra Destinasi

Persepsi wisatawan terhadap peran pemandu dan citra Koto Gadang secara dominan bersifat negatif, yang tercermin dalam tiga dimensi citra:

(a) Citra Kognitif

Wisatawan hanya memperoleh pengetahuan dangkal dan generik yang tidak berbeda dengan informasi di internet. Pemandu gagal memberikan nilai tambah pengetahuan yang kontekstual dan mendalam.

(b) Citra Afektif

Wisatawan secara dominan merasakan emosi negatif seperti bosan, kecewa, dan tidak terhubung secara emosional. Pengalaman wisata terasa kaku dan kehilangan esensi rekreatifnya.

(c) Citra Konatif

Wisatawan tidak berniat kembali dan tidak mau merekomendasikan Koto Gadang, yang menyebabkan stagnasi angka kunjungan meskipun telah ada upaya promosi.

Dengan demikian, kegagalan pemandu wisata dalam menjalankan perannya sebagai penjelas budaya dan pencipta pengalaman telah menciptakan efek berantai yang merusak citra

destinasi Koto Gadang. Kegagalan pada tataran operasional pelayanan berimbas pada tataran perseptual citra wisatawan, yang akhirnya berdampak pada tataran perilaku (niat berkunjung dan merekomendasikan). Inilah akar mengapa upaya promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata belum mampu meningkatkan angka kunjungan secara signifikan, karena akar permasalahan terletak pada kualitas pengalaman wisata itu sendiri.

B. Saran

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna. Peneliti memberikan saran untuk penelitian-penelitian selanjutnya dari kesimpulan yang terpapar di atas dan beberapa keterbatasan penelitian yang disampaikan, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya memilih atau memperluas penelitian dengan melakukan kajian perbandingan antara Koto Gadang dengan destinasi wisata sejarah lain di Sumatera Barat, seperti Bukittinggi, Padang Panjang, atau Sawahlunto, untuk mengidentifikasi pola-pola strategi yang paling efektif dalam mengelola sumber daya manusia kepemanduan dan membangun citra destinasi wisata sejarah yang positif.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan alangkah baiknya dapat mengembangkan lagi penelitian yang telah ditulis oleh peneliti ini dengan melihat atau menambahkan aspek efektivitas dari program-program pelatihan dan pengembangan kompetensi

pemandu wisata yang telah dilakukan, serta mengukur dampaknya terhadap kepuasan wisatawan dan citra destinasi secara kuantitatif dengan sampel yang lebih besar.

3. Penelitian selanjutnya sebaiknya melakukan studi longitudinal untuk mengamati dinamika perubahan kualitas pemandu wisata dan citra destinasi Koto Gadang dari waktu ke waktu, serta mengevaluasi efektivitas berbagai intervensi kebijakan yang telah diimplementasikan oleh pemerintah daerah dan pengelola objek wisata.
4. Peneliti dalam penelitian ini sadar bahwa masih banyak kekurangan dan perlu ditambahkan maupun diperbaiki sehingga menjadi lebih baik lagi. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk mengkaji aspek ekonomi dan kesejahteraan pemandu wisata, termasuk tingkat pendapatan, jaminan sosial, dan insentif yang mempengaruhi motivasi dan kinerja mereka, karena aspek ini penting untuk memahami mengapa minat pemuda lokal untuk menjadi pemandu wisata masih rendah dan bagaimana meningkatkan kesejahteraan pemandu wisata yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Abrian, Y., dkk. (2023). Pengalaman Wisatawan dan Citra Destinasi: Tinjauan Teoritis dan Empiris. Jurnal Pariwisata Indonesia, 18(2), 112-125.

Agustiani, R., Mulyana, D., & Maharani, S. (2025). Pengalaman Wisatawan Berinteraksi dengan Pemandu Lokal di Desa Wisata Situs Gunung Padang. Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata, 8(1), 45-58.

Anggraini, T., Rahayu, S., & Supraptini. (2025). Pengaruh Citra Destinasi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Wisatawan. Jurnal Kepariwisataan Indonesia, 19(3), 201-215.

Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A Model of Destination Image Formation. Annals of Tourism Research, 26(4), 868-897.

Basuki, T., Tussholia, A., & Hidayat, R. (2026). Dampak Program Pemandu Wisata Gratis di Kota Tua Jakarta terhadap Pemahaman Sejarah Wisatawan. Jurnal Sejarah dan Budaya, 12(1), 78-92.

Bawazir, Tohir, 2013. *Panduan Praktis Wisata Syariah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

Bungin, B. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Fajar Interpratama Offset.

Damayanti, F., Berliana, R., Setyo, P., & Siswani, D. (2025). Peran Local Guide dalam Meningkatkan Pengalaman Wisata di Keraton Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 7(2), 134-148.

Darmayasa, dkk. (2024). Indonesia Tourism (History and Culture). Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Gustiawan, W., dkk. (2026). Merajut Dialektika Budaya Dan Pariwisata. Jogjakarta: Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia.

Hafidzah, N., Hakim, L., Susanto, E., & Savitri, D. (2024). Pengembangan Kompetensi Pemandu Wisata: Tinjauan terhadap Sistem Pendukung Kelembagaan. Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, 15(4), 267-281.

Handayani, dkk. (2024). Strategi Pengembangan Wisata Sejarah Di Daya Tarik Wisata Candi Sumberawan, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Jurnal Destinasi Pariwisata, 12(2), 303-309.

Harahap, H. (2025). Pemandu Wisata, Ujung Tombak Kemajuan Sektor Pariwisata. RRI.co.id.

Indrianty, S., dkk. (2024). Basic English For Tourism (Teori & Praktis Bahasa Inggris untuk Pemandu Wisata). Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Iskandar, A. (2025). Pemandu Wisata Sejarah: Teori dan Praktik. Jakarta: Rajawali Pers.

Iskandar. (2025). Pemandu Wisata Sejarah: Teori Dasar dan Implementasinya. Tangerang: Minhaj Pustaka.

Jumail, M. (2017). Teknik Pemanduan Wisata. Yogyakarya: Penerbit ANDI.

Kusumawati, P. (2025). Warisan hidup sebagai daya tarik wisata di Kota Yogyakarta: Studi kasus Pasar Tradisional Beringharjo. Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan, 6(3), 187-197.

Lala, dkk. (2025). Wisata Edukasi: Pertualangan, Pengetahuan, Dan Kearifan Lokal. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.

Mahawira, K. (2024). Cara Mudah Memahami Hukum Kepariwisataan (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Dan Peraturan Pelaksanaannya). Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media.

Malinda, R., & Doni, F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Local Guide terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Lobang Jepang, Bukittinggi. Jurnal Kepariwisataan Sumatra Barat, 6(1), 33-47.

Mandagi, dkk. (2025). Mystical Narratives in Destination Branding: A Netnographic Study of UNESCO Heritage Sites in Indonesia. Journal of Hospitality and Tourism Insights (Emerald Publishing).

Muttaqien, A., & Permana, R. (2025). Pengelolaan Layanan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Pengunjung di Destinasi Wisata Tangkuban Perahu. Jurnal Manajemen Pariwisata, 11(2), 89-104.

Nisa, K., & Sulthoni, A. (2025). Pelatihan Pemandu Wisata Berbasis Sejarah Lokal dan Konservasi Lingkungan di Pantai Pulau Merah, Banyuwangi. Jurnal Pendidikan dan Pelatihan Pariwisata, 4(1), 56-70.

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. New York: Oxford University Press.

Novari, C. R. D. (2025). Citra dari Akar Rumput: Peran Masyarakat Kampung Heritage Peneleh Dalam Pembangunan Citra Publik Melalui Walking Tour. Journal Publicuho, 8(4).

Nugroho, dkk. (2025). Peningkatan Kualitas Walking Tour Kampung Sejarah Peneleh sebagai bagian Pariwisata Berkelanjutan. Sewagati, 9(2).

Nyoman Bayu, dkk. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Program Pemandu Wisata Sejarah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sejarah Universitas PGRI Mahasiswa Mahadewa Indonesia Pada Objek Wisata Yeh Pulu, Gianyar Bali. Jurnal PKM Widya Mahadi, 2(2).

Pengalaman Wisata di Keraton Yogyakarta. Jurnal Pariwisata dan Budaya, 7(2), 134-148.

Pusparani, L., Adriani, A., Hutagalung, A., & Pradhipta, D. (2025). Peran dan Transformasi Pemandu Wisata di Era Digital: Kajian Sistematis. Jurnal Komunikasi Pariwisata, 9(3), 156-172.

Rachman, A., & Hutagalung, A. (2024). Pengaruh Pengetahuan dan Keterampilan Tour Guide terhadap Kepuasan Wisatawan di Kota Tua Jakarta. Jurnal Manajemen Jasa, 13(2), 89-103.

Saputra, D., Nadita, A., Syarifuddin, M., & Pamulaan, R. (2025). Potensi Heritage Hunt Sebagai Pemandu Wisata Sejarah Bangunan. Jurnal Arsitektur dan Warisan Budaya, 10(1), 45-59.

Setiawan, A. S., & Laksmi, G. W. (2023). Efektivitas Komunikasi Museum Perjuangan Sebagai Wisata Sejarah Terhadap Zilenial. Jurnal Sejarah, Pendidikan Dan Humaniora, 7(1).

Setiawan, P. Y. (2025). Membangun Citra Destinasi Di Era Digital: Peran Ewom Dan Implementasinya Pada Niat Berkunjung Wisatawan. Bandung: CV.

Intelektual Manifes Media.
Sitohang, B., dkk. (2024). Peran Pemandu Wisata dalam Pengembangan Keberlanjutan Pariwisata Pasar Seni Ubud, Bali. Jurnal Pariwisata Nusantara, 5(2), 112-126.
Soendari, T. (2017). Teknik analisis dt.Kual.Ppt (Compatibility Mode).
Syarif, H., dkk. (2021). Peran Daya Tarik Desa Wisata Dan Community Based Tourism Dalam Membangun Citra Desa Wisata. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 9(2).
Trivenna, T., & Eviana, N. (2024). Pentingnya Kompetensi Pemandu Wisata dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 22(3), 178-192.
Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.
Yusuf, M., dkk. (2026). Tour Guide Di Era Pariwisata Global. Yogyakarta: PT. Star Digital Publishing.