



LAPORAN HASIL PENELITIAN KELOMPOK

**EKSISTENSI PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS  
PERJALANAN WISATA DALAM MENGHADAPI  
INDUSTRI 4.0**

**OLEH :**

**RAHMAWATI  
DARMAYASA  
HJ. SURYA DEWI**

DIBIYAI DENGAN DIPA POLTEKPAR MAKASSAR TAHUN ANGGARAN 2019  
DENGAN SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN PENELITIAN NOMOR :  
011 / PL.101 / PPK / 5 / POLTEKPAR-2019

**JURUSAN : PERJALANAN  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN WISATA  
POLITEKNIK PARIWISATA MAKASSAR  
2019**



LAPORAN HASIL PENELITIAN KELOMPOK

**EKSISTENSI PROGRAM STUDI MENAJEMEN BISNIS  
PERJALANAN WISATA DALAM MENGHADAPI  
INDUSTRI 4.0**

**OLEH :**

**RAHMAWATI  
DARMAYASA  
HJ. SURYA DEWI**

DIBIYAI DENGAN DIPA POLTEKPAR MAKASSAR TAHUN ANGGARAN 2019  
DENGAN SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN PENELITIAN NOMOR :  
011 / PL.101 / PPK / 5 / POLTEKPAR-2019

**JURUSAN : PERJALANAN  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN WISATA  
POLITEKNIK PARIWISATA MAKASSAR  
2019**

KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF  
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF  
POLITEKNIK PARIWISATA MAKASSAR

**LEMBAR PENGESAHAN**

PENELITI :

RAHMAWATY, S.Sos, MM. Par

Drs. DARMAYASA, M.Pd

Dra. Hj. SURYA DEWI, MM

(Ketua)

(Anggota)

(Anggota)

JUDUL PENELITIAN :

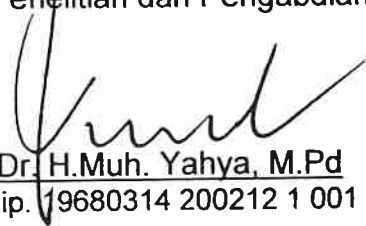
Makassar, Desember 2019

Menyetujui Pembimbing,

  
Prof. Dr. Rifdan, M.Si

  
Andi Dirpan, S.TP, M.Si, Ph.D

Mengetahui,  
Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

  
Dr. H. Muh. Yahya, M.Pd  
Nip. 19680314 200212 1 001

# EKSISTENSI PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN WISATA DALAM MENGHADAPI INDUSTRI 4.0

## ABSTRAK

Industri pariwisata berkembang dengan sangat pesat seiring dengan perkembangan *Operational Technology* dan *Information Technology* (OT & IT), pada saat ini telah memasuki era digitalisasi yang dikenal dengan era 4.0. Perkembangan zaman dibarengi dengan perubahan paradigma, menyebabkan sejumlah perusahaan dan organisasi tutup karena kalah bersaing. Fenomena ini memberi peluang baru, bagi munculnya organisasi dan perusahaan modern berbasis digital dengan aplikasi inovatif.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui, bagaimana eksistensi program studi bisnis perjalanan wisata di era 4.0 dengan mengambil lokasi penelitian di Jakarta dan Bali. Penelitian ini adalah penelitian terapan, dengan metode pengolahan data kualitatif. Data didapatkan lewat pelaksanaan observasi dan wawancara langsung dengan pihak pengelola Biro Perjalanan Wisata di Jakarta dan Bali.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program studi Bisnis Perjalanan Wisata, Masih sangat dibutuhkan keberadaannya.

**Kata Kunci :** Bisnis Perjalanan, Perkembangan Teknologi, Industri

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
ABSTRACT.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistem Penulisan .....	6
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Era Industri 4.0.....	8
B. Konsep Strategi Kreatif.....	9
C. Konsep Eksistensi .....	10
D. Program Studi MJP .....	11
1. Ticketing.....	12
2. Pemanduan Wisata .....	13

3. Syarat Fisik/Penampilan Pramuwisata.....	18
4. Syarat Psikis/ Kepribadian Pramuwisata .....	18
5. Pelayanan Tour.....	22
6. Paket Wisata.....	27
E. Peranan Teknologi dalam Dunia Pariwisata .....	28

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Rancangan Penelitian .....	31
B. Jenis Penelitian.....	31
1. Sumber Data.....	32
2. Informan .....	32
3. Teknik Pengumpulan Data.....	34
4. Teknik Analisis Data.....	35

### **BAB IV : ANALISIS PENELITIAN**

A. Hasil Analisis Data.....	37
1. ASITA .....	37
2. Biro Perjalanan Wisata (BPW).....	39
3. Pemandu Wisata .....	39
4. Online Travel Agent.....	40
5. Industri Penerbangan.....	41
6. Bidang Pendidikan .....	42

B. Pembahasan .....	43
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran.....	49
Daftar Pustaka.....	50

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pariwisata saat ini merupakan salah satu leading sector bagi pembangunan ekonomi di Indonesia karena dapat menghasilkan devisa dengan baik bagi Negara. Terkait hal ini, pemerintah Indonesia telah melakukan upaya serius untuk mengembangkan sector pariwisata. Pengembangan pariwisata didasarkan pada pilar pariwisata termasuk pengembangan kelembagaan, industry, pemasaran dan pembangunan destinasi Pariwisata. Oleh karena itu, semua stakeholder yang terkait memainkan peran penting dalam perencanaan dan pelaksanaan program dalam pengembangan pariwisata yang bertujuan untuk memberikan kualitas pariwisata yang dapat bersaing dengan Negara-negara lain.

Salah satu isu besar yang harus diperhitungkan dalam pengembangan pariwisata adalah kemajuan teknologi. Hal ini tak terbantahkan bahwa pariwisata bergantung pada kemajuan teknologi yang mempengaruhi industry dalam hal operasi, strategi pemasaran, strategi dan proses penciptaan pengalaman bagi pengunjung di tujuan. Misalnya, di era internet hotel mencoba untuk menggunakan internet untuk membuat pelanggan untuk berurusan dengan produk mereka, mulai dari pemesanan hingga proses check out lebih muda. Pada biro perjalanan wisata system, reservasi komputerasi dan system ticketing telah menghadapi perubahan besar ke dalam system distribusi global dan agen perjalanan online.



Perkembangan teknologi telah membuat pelanggan atau wisatawan lebih muda untuk membuat reservasi mereka sendiri dan membeli produk dalam industry pariwisata.

Secara khusus, kehadiran kemajuan teknologi telah membawa perubahan besar untuk industry perjalanan terutama berurusan dengan interaksi pelanggan tour dan agen perjalanan. Akibatnya, tour dan agen perjalanan harus menyesuaikan kegiatan bisnis mereka berdasarkan berbagai sumber teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memenuhi harapan pelanggan mereka. Hal ini menjadi tantangan besar untuk tour dan agen perjalanan wisata untuk cukup memberikan investasi terus menerus untuk mengubah kegiatan bisnis mereka sesuai dengan kemajuan teknologi. Dengan demikian, Laverty (2018) berpendapat bahwa dinamika perubahan kemajuan ini telah mempengaruhi industry biro perjalanan. Karena internet telah tiba dan digunakan oleh industry perjalanan dalam bisnis, proses kerja telah menciptakan efektifitas dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

Kemajuan teknologi dan perubahan kegiatan usaha industry perjalanan dan pariwisata juga memiliki dampak signifikan bagi lembaga pendidikan kejuruan untuk menyesuaikan isu-isu mendesak tersebut dalam program pendidikan yang ditawarkan. Adaptasi dilakukan dengan meninjau kurikulum berdasarkan aktivitas bisnis perjalanan dan pariwisata yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi di era industry 4.0. Selain itu, kualitas sumber daya manusia yang terlibat dalam pelaksanaan program

studi termasuk dosen dan staff harus memiliki cukup keterampilan dan pengetahuan di era industry 4.0 yang didukung oleh fasilitas telah diperbaharui dan peralatan yang diperlukan dalam pengiriman proses pembelajaran.

Berkembangnya kegiatan usaha industry perjalanan wisata harus dapat menjadi perhatian serius bagi institusi pendidikan dan bahkan inovasi-inovasi dalam kegiatan usaha tersebut seharusnya lahir dari institusi pendidikan. Hal ini harus menjadi suatu kebutuhan mendasar bagi institusi untuk melakukan perubahan-perubahan yang berarti agar tetap menawarkan program pendidikan yang sesuai kebutuhan industry dan perkembangan jaman. Seluruh struktur program pendidikan harus dirancang berdasarkan kebutuhan kompetensi saat ini sehingga luaran dari program pendidikan tersebut mampu bersaing dan inovatif dalam era industry 4.0.

Saat ini kurikulum yang dikembangkan hanya masih berorientasi pada sasaran pendidikan yang menghasilkan kualifikasi yang sudah tidak sesuai dengan perkembangan jaman. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya beberapa kompetensi tidak lagi sesuai dengan keadaan yang ada di industry dan masih tetap disajikan dalam pembelajaran. Kompetensi tersebut juga digunakan untuk membangun kualifikasi pada bidang perjalanan yang juga tidak relevan dengan pekerjaan yang tersedia saat ini. Selain itu, beberapa bidang pekerjaan masih akan tetap ada dan masih dapat menjadi bentukan dalam kualifikasi seperti pemanduan, penanganan paket wisata, penanganan kapal pesiar dan penanganan insentif. Akan

tetapi proses produksi serta penyajian pelayanan dari produk pada bidang tersebut harus inovatif dan kreatif sesuai dengan perkembangan teknologi melalui automasi dan digitalisasi pada era industry 4.0.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penelitian ini akan melihat secara mendalam tentang perkembangan usaha perjalanan wisata pada era industry 4.0 dan mengkaji perkembangan tersebut dalam konteks pendidikan kejuruan. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah **“Eksistensi Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata dalam Menghadapi Industri 4.0”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka rumusan penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Bagaimana kegiatan usaha ticketing pada era industry 4.0 dapat mempengaruhi program studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata?
2. Bagaimana kegiatan pemanduan wisata pada era industry 4.0 dapat mempengaruhi program studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata?
3. Bagaimana kegiatan usaha perjalanan wisata (paket wisata) pada era industry 4.0 dapat mempengaruhi program studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan kegiatan usaha ticketing pada era industry 4.0 yang dapat mempengaruhi program studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan kegiatan usaha pemanduan wisata pada era industry 4.0 yang dapat mempengaruhi program studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata.
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan kegiatan usaha perjalanan wisata (paket wisata) pada era industry 4.0 yang dapat mempengaruhi program studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata.
4. Untuk mengetahui kegiatan-kegiatan usaha lainnya pada era industry 4.0 yang dapat mempengaruhi program studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat bagi Institusi

Bagi Politeknik Pariwisata Makassar agar dalam mengambil kebijakan perguruan tinggi vokasi pariwisata untuk melihat perkembangan teknologi pada era industry 4.0 sehubungan dengan penawaran program-program pendidikan.

2. Manfaat bagi Pengelola Program Studi

Bagi program studi Manajemen Bisnis Perjalana Wisata, penelitian ini akan memberikan manfaat untuk melihat kegiatan bisnis perjalanan wisata yang berlaku di industry dan pengaruh-pengaruh perkembangan teknologi dalam bisnis tersebut sehingga dapat melakukan adaptasi dalam struktur program yang ditawarkan.

### 3. Manfaat bagi Dosen/Pengajar

Bagi dosen/pengajar, penelitian ini akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang keadaan bisnis perjalanan wisata yang terjadi saat ini sehingga para dosen/pengajar juga dapat melakukan penyesuaian dalam rencana pembelajaran semester serta materi pembelajaran.

## **E. Sistem Penulisan.**

Agar pembahasan dalam penulisan skripsi ini sistematis, untuk itu penulis membaginya menjadi lima bab, yaitu tiap-tiap bab terdiri dari sub-sub sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian mengenai Latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi uraian mengenai teori-teori yang relevan digunakan sebagai dasar pemikiran dan memberikan arah dalam melakukan penelitian dan definisi konsep.

### **BAB III GAMBARAN UMUM**

Memuat Tentang Sejarah Indosiar Dan Pekembangannya, Visi Dan Misi Indosiar, Struktur Organisasi Perusahaan Indosiar, Dan Program Dakwah Mamah dan Aa ber-Aksi.

### **BAB IV ANALISIS PENELITIAN**

Bab ini berisi uraian mengenai hasil penelitian dan pembahasan objek penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan dan saran dari penulis berdasarkan apa yang telah penulis teliti.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Era Industri 4.0

Saat ini kita dihadapi dengan suatu paradigma baru yang disebut dengan industry 4.0 dimana secara kasat mata dapat dilihat sebagai perkembangan teknologi yang mempermudah produksi, saluran distribusi dan penggunaan produk oleh pelanggan. Kolberg dan Zuhke (2015) berpandangan bahwa teknologi informasi dan komunikasi yang modern memiliki peran yang penting dalam mendorong industry 4.0 yang merupakan suatu pendekatan jaringan baru dimana komponen dan mesin-mesin menjadi “pintar” dan suatu bagian jaringan berstandar yang berbasis pada standar internet yang terbukti secara jelas. Oleh karena itu, Slusarczyk (2018) menegaskan bahwa teknologi terkini telah memberikan dampak terhadap kondisi dari industry dan sector-sektor ekonomi. Selanjutnya Lee, Kao dan Yang (2018) juga brargumen bahwa konsep industry 4.0, pertumbuhan dalam kemajuan dan adopsi teknologi informasi dan jaringan media sosial yang mengejutkan tersebut telah semakin mempengaruhi persepsi konsumen pada inovasi produk, kualitas, variasi da kecepatan pengiriman.

Seiring dengan apa yang ditrgaskan oleh Lee, dkk (2018) bahwa konsumen akan semakin dipengaruhi pada inovasi produk, kualitas dan keceoatan dalam proses penyediaan pelayanan, maka kegiatan bisnis pada konteks biro perjalanan wisata juga menuntut adanya inovasi, kualitas dan

kecepatan dalam pelayanan. Oleh karena itu, biro perjalanan akan semakin mendapat tantangan dengan kehadiran dari teknologi yang betul-betul merubah kegiatan bisnis pada industry tersebut.

## **B. Konsep Strategi Kreatif**

### **1. Strategi Kreatif**

Strategi Kreatif merupakan dua kata berbeda yang terdiri dari kata strategi dan kreatif. Strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti yaitu, rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran. Strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Kata "program" dalam definisi tersebut menyangkut suatu peranan aktif, sadar dan rasional yang dimainkan oleh manager dalam perumusan strategi organisasi. Strategi memberikan pengarahannya terpadu bagi organisasi dan berbagai tujuan organisasi, dan memberikan pedoman pemanfaatan sumber daya organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi komunikasi perlu disusun secara luas, sehingga taktik operasional komunikasi dapat segera disesuaikan dengan faktor-faktor yang berpengaruh.



Perencanaan program pada dasarnya bertujuan memproduksi atau membeli program yang akan ditawarkan kepada audiens. Dengan demikian, audiens atau penonton adalah pasar karenanya setiap media penyiaran yang ingin berhasil harus terlebih dahulu memiliki suatu rencana pemasaran strategi yang berfungsi sebagai paduan dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki.

Strategi pemasaran ditentukan berdasarkan analisi situasi, yaitu suatu studi terinci mengenai kondisi pasar audien yang mencakup segmentasi audiens dan tingkat persaingan yang ada.

Dari pengertian di atas dapat penulis menyimpulkan bahwa semua tujuan strategi tidak dapat dipisahkan karena semua saling berkaitan untuk mencapai kualitas dari hasil yang berkaitan untuk mencapai kualitas maupun kuantitas dari hasil yang ingin dicapai dari sebuah tujuan.

### **C. Konsep Eksistensi**

Eksistensi Menurut kamus besar Bahasa Indonesia : "Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan". Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri, yakni *exsistere*, yang artinya keluar dari, melampaui atau mengatasi. Jadi eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi- potensinya

Dimana keberadaan yang di maksud adalah pengaruh atas ada atau

tidak adanya kita. Eksistensi ini perlu “diberikan” orang lain kepada kita, karena dengan adanya respon dari orang di sekeliling kita ini membuktikan bahwa keberadaan kita diakui. Tentu akan terasa sangat tidak nyaman ketika kita ada namun tidak satupun orang menganggap kita ada, oleh karena itu pembuktian akan keberadaan kita dapat dinilai dari beberapa orang yang menanyakan kita atau setidaknya merasa sangat membutuhkan kita jika kita ada. Sehingga maksud dari eksistensi di sini adalah keberadaan program, yaitu program Mamah & Aa ber-Aksi di Indosiar.

#### **D. Program Studi MJP**

Program studi Usaha Perjalanan Wisata bertujuan untuk mendidik mahasiswa untuk menjadi entrepreneur dibidang tourism dan hospitality. Pada program studi ini, usaha perjalanan wisata adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya dalam bisnis pariwisata. Pada prodi ini akan diajarkan berbagai keahlian dan kompetensi di bidang pariwisata. Mempelajari tentang prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan nilai-nilai kelestarian lingkungan alam, komunitas, dan nilai sosial yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisatanya serta bermanfaat bagi kesejahteraan komunitas local. Salah satu mata kuliah yang diajarkan pada Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata adalah :

## 1. Ticketing

Mata kuliah ini mempelajari bagaimana membuat tiket yang akan dikeluarkan untuk seseorang penumpang yang akan melakukan penerbangan. Pengertian tiket menurut Agus Irianto (1999:15) adalah “kontrak pengangkutan antara perusahaan yang menawarkan jasa dengan pengguna jasa, juga merupakan tanda terima dari perusahaan kepada pengguna jasa atau sejumlah uang yang dibayarkan”. Dan menurut McGraw Hill (1991:375) tiket penerbangan adalah “kontrak resmi antara sebuah maskapai penerbangan dan seorang penumpang, tiket ini memberi hak kepada pemegangnya, dengan biaya seperti yang tertera dalam tiket, untuk melakukan perjalanan pada satu penerbangan atau lebih”.

Sebuah tiket penerbangan mendokumentasikan hal-hal berikut ini:

- a. Izin berotorisasi melakukan penerbangan antara titik keberangkatan dan titik kedatangan tertentu.
- b. Bukti bahwa penumpang telah membayar biaya bagi perjalanan tersebut.
- c. Tanggal keberangkatan, nomor keberangkatan, dan kelas tempat duduk.
- d. Informasi yang diperlukan bagi kepentingan pencatatan keuangan.
- e. Nomor formulir dan nomor seri.

Umumnya tiket pesawat dikeluarkan oleh perusahaan penerbangan yaitu *passenger ticket baggage check*. Artinya tiket tersebut berlaku

untuk penumpang dan barang bawaan yang beratnya ditentukan menurut kelas yang dipesan oleh penumpang. Dan setiap tiket pesawat yang dikeluarkan juga diberi nomor seri dan tiga digit nomor kode penerbangan yang mengeluarkan tiket.

Saat ini dengan perkembangan teknologi sangat pesat, saat ini setiap airlines mempergunakan *E-ticket (Electronic Ticket)* yang hanya mempergunakan selembar tiket saja. Yang awalnya mahasiswa hanya membuat tiket secara manual, saat ini harus mengikuti perkembangan dengan menggunakan sistem dengan perkembangan industry 4.0.

## **2. Pemanduan Wisata**

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat lebih mengenal istilah *guide* dari pada pemandu wisata maupun pramuwisata. Guide selalu dikaitkan dengan “orang bule, turis” (wisatawan). Setiap orang yang menemani wisatawan makan di restoran, mengantar wisatawan mengunjungi objek wisata, menonton pertunjukan, belanja di souvenir shop, dan lain-lain selalu dikonotasikan sebagai guide. Untuk itulah, pertama-tama perlu kita pahami apa dan siapa sebenarnya pramuwisata itu.

Pramuwisata (guide) pada hakikatnya seseorang yang menemani, memberikan informasi dan bimbingan serta saran kepada wisatawan dalam melakukan aktivitas wisatanya. Aktivitas tersebut, antara lain mengunjungi objek dan atraksi wisata, berbelanja, makan di restoran, dan

aktivitas wisata lainnya dan untuk itu ia mendapatkan imbalan tertentu.

Pramuwisata dapat dikelompokkan sesuai dengan sudut pandang sebagai berikut :

**a. *Transfer Guide***

Adalah pramuwisata yang kegiatannya menjemput wisatawan di bandara, pelabuhan laut, stasiun atau terminal menuju ke hotel atau sebaliknya atau mengantar wisatawan dari satu hotel ke hotel lainnya.

**b. *Walking Guide/Tour Guide***

Adalah pramuwisata yang kegiatannya memandu wisatawan dalam suatu tour.

**c. *Local/Expert Guide***

Adalah pramuwisata yang kegiatannya khusus memandu wisatawan pada suatu objek atau transaksi wisata tertentu, misalnya museum, wisata agro, river rafting, goa, gedung bersejarah, dan lain-lain.

**d. *Common Guide***

Adalah pramuwisata yang dapat melakukan kegiatan baik transfer maupun tour.

**e. *Driver Guide***

Adalah pengemudi yang sekaligus berperan sebagai pramuwisata.

Ia bertugas mengantarkan wisatawan ke objek atau atraksi wisata yang dikehendaki sekaligus memberikan informasi yang diperlukan. Tak jarang pula seseorang pramuwisata pengemudi ikut turun ke objek untuk memberikan penjelasan tentang objek tersebut jika tidak ada local guide. Kadang-kadang ia juga menemani wisatawan saat berbelanja atau makan. Jadi, pada dasarnya driver guide menjalankan dua fungsi, yakni sebagai pengemudi dan pramuwisata.

Berdasarkan status, penggolongan pramuwisata adalah :

**a. Payroll Guide**

Adalah pramuwisata yang berstatus sebagai pegawai tetap perusahaan perjalanan dengan mendapat gaji tetap disamping komisi dan tip yang diterima dari wisatawan.

**b. Part Timer/Freelance Guide**

Adalah pramuwisata yang bekerja pada suatu perusahaan perjalanan untuk kegiatan tertentu dan dibayar untuk tiap pekerjaan yang dilakukan, serta tidak terikat oleh suatu perusahaan perjalanan tertentu dan bebas melakukan kegiatannya sesuai permintaan wisatawan atau perusahaan perjalanan lain yang membutuhkannya.

**c. Member of Guide Association**

Adalah pramuwisata yang berstatus sebagai peserta dari

suatu asosiasi pramuwisata dan melakukan kegiatannya sesuai dengan tugas yang diberikan oleh asosiasi tersebut

**d. *Government Officials***

Adalah pegawai pemerintah yang bertugas untuk memberikan informasi kepada tamu tentang suatu aktivitas, objek, gedung, atau suatu wilayah tertentu.

**e. *Company Guide***

Adalah karyawan sebuah perusahaan yang bertugas memberikan penjelasan kepada tamu tentang aktivitas atau objek perusahaan.

Berdasarkan Karakteristik Wisatawan yang dipandu

- a. *Individual Tourist Guide*** adalah pramuwisata yang khusus memandu wisatawan individu.
- b. *Group Tourist Guide*** adalah pramuwisata yang memandu wisatawan rombongan.
- c. *Domestic Tourist Guide*** adalah pramuwisata yang memandu wisatawan nusantara/domestic
- d. *Foreign Tourist Guide*** adalah pramuwisata yang memandu wisatawan manca Negara.

Peranan pramuwisata adalah orang yang pertama kali dijumpai oleh wisatawan dalam rangka mewujudkan harapan dan impian atas tour yang

telah dibayarnya. Wisarawan bagaikan bocah kecil ditengah hiruk pikuknya pasar. Ia tidak tahu harus melangkah kemana, ia membutuhkan bimbingan untuk mendapatkan apa yang diinginkannya. Adalah tugas pramuwisata untuk menemani, mengarahkan, membimbing, menyarankan wisatawan di tengah-tengah ketidaktahuannya itu. Wajarlah jika wisatawan mempercayakan aktivitasnya kepada pramuwisata, karena ia yang lebih tahu dan berpengalaman. Maka jadilah peramu wisata itu sebagai teman perjalanan bagi wisatawan. Sebagai teman yang baik maka akan sangat ironi jika seorang peramu wisata memanfaatkan ketidak tahuan wisatawan untuk mengail keuntungan untuk diri sendiri, misalnya dengan menaikkan harga barang yang dibeli wisatawan, memaksa untuk memberikan imbalan lebih, dan sebagainya.

Dalam skala yang lebih luas pramuwisata adalah duta bangsa atau setidaknya duta daerah tempat ia melakukan tugasnya. Apa yang diekspresikan oleh pramuwisata dianggap oleh wisatawan sebagai cerminan karakter masyarakat setempat demikian pula apa yang disampaikan oleh pramuwisata akan di percaya oleh wisatawan sebagai pengetahuan yang akan selalu diingat hingga kembali ke tempat asal . mengingat hal tersebut, maka seorang pramuwisata hendaknya dapat memberikan informasi dengan benar dan baik menyangkut Negara, kota, maupun suatu desa, objek wisata, budaya, danlain sebagainya.

Persyaratan Pramuwisata adalah seseorang yang memegang peranan penting dalam kegiatan tour maupun transfer. Ia menjadi



tumpuan harapan wisatawan, perusahaan yang mempekerjakannya, bahkan daerah atau Negara tempat ia bekerja. Untuk itu lah ia harus memenuhi persyaratan tertentu agar dapat mengemban amanat yang demikian berat secara professional. Persyaratan tersebut menyangkut hal-hal yang bersifat psikis:

### **3. Syarat fisik/Penampilan pramuwisata**

Pakaian dalam pengertian ini mengandung makna yang luas, tidak sekedar baju, celana, rok, sandal, dan sebagainya akan tetapi keseluruhan yang tampak dari diri seseorang itu. Secara manusiawi kesan seseorang terhadap orang lain pertama-tama biasanya dipengaruhi oleh penampilan orang yang dihadapi tersebut. Sebagai petugas yang pertama kali yang berhubungan dengan wisatawan saat penyelenggaraan tour, maka pramuwisata harus dapat berpenampilan secara maksimal. Karena apa yang ditampilkan pertama kali itu akan berdampak terhadap kesan wisatawan selanjutnya.

### **4. Syarat Psikis/Kepribadian Pramuwisata**

Secara teori yang dimaksud dengan kepribadian adalah integritas dan psiko-fisik sebagai resultan dari hereditas, lingkungan dan kematangan yang bersifat unik dan dinamis serta berbeda satu dengan yang lainnya. Jelasnya, kepribadian lahir karena perpaduan tiga faktor, yakni keturunan, lingkungan atau pergaulan, dan waktu atau kematangan. Ketiga unsur ini saling berkaitan dalam membentuk satu wujud kepribadian. Karena

sifatnya yang spesifik, maka setiap orang memiliki kepribadiannya masing-masing.

Menurut ilmu jiwa, kepribadian seseorang dapat berkembang karena dua hal, yaitu bakat dan didikan. Kepribadian karena faktor bakat sulit untuk diubah atau diciptakan, akan tetapi kepribadian itu dapat pula dikembangkan melalui proses pendidikan. Agar dapat mengembangkan kepribadian yang menarik maka seorang pramuwisata hendaknya menampilkan sifat-sifat : (penuh perhatian, ketajaman daya ingatan, pandai bergaul, periang, jujur dan dapat dipercaya, penuh inisiatif, humoris, suka menolong, empati, pemimpin yang baik).

Kode etik Pramuwisata Indonesia ditetapkan melalui Keputusan Musyawarah nasional I Himpunan Pramuwisata Indonesia dengan Keputusan Nomor 07/MUNAS.I/X/1988, meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Pramuwisata harus mampu menciptakan kesan penilaian yang baik atas daerah, Negara bangsa, dan kebudayaan.
- b. Pramuwisata dalam menjalankan tugasnya harus mampu menguasai diri, senang, segar, rapih, bersih serta berpenampilan yang simpati (menghindari baubadan, perhiasan, dan parfum yang berlebihan).

- c. Pramuwisata harus menciptakan suasana gembira dan sopan menurut kepribadian Indonesia.
- d. Pramuwisata harus mampu memberikan pelayanan dan perlakuan yang sama kepada wisatawan dengan tidak meminta tip, tidak menjajahkan barang dan tidak meminta komisi.
- e. Pramuwisata mampu memahami latar belakang asal usul wisatawan serta mengupayakan untuk meyakinkan wisatawan agar mematuhi hukum, peraturan, adat kebiasaan yang berlaku dan ikut melestarikan objek.
- f. Pramuwisata mampu menghindari timbulnya pembicaraan serta pendapat yang mengundang perdebatan yang mengenai kepercayaan, adat istiadat, agama, ras, dan system politik sosial Negara asal wisatawan.
- g. Pramuwisata berusaha memberikan keterangan yang baik dan benar. apabila hal hal yang belum dapat dijelaskan maka pramuwisata harus berusaha mencari keterangan mengenai hal tersebut dan selanjutnya menyampaikan kepada wisatawan dalam kesempatan berikutnya.
- h. Pramuwisata tidak dibenarkan mencerminkan nama baik perusahaan, teman seprofesi dan unsur unsur pariwisata lainnya.
- i. Pramuwisata tidak dibenarkan untuk menceritakan masalah pribadinya yang bertujuan menimbulkan rasa belas kasian dari wisatawan.

- j. Pramuwisata saat perpisahan mampu memberikan kesan yang baik agar wisatawan ingin berkunjung kembali.

Hubungan pramuwisata dengan perusahaan dan organisasi terkait dapat dikatakan sebagai jantung dari sebuah tour atau transfer sebab ia adalah seseorang yang harus dapat memompa dan menghidupkan suasana sehingga wisatawan benar-benar dapat memperoleh pengalaman menarik sebagai mana diharapkan. Oleh karenanya pramuwisata harus memahami orang atau komponen lain yang dapat membentuk pengalaman-pengalaman itu. Untuk itulah penting baginya menjalin hubungan yang baik dengan perusahaan serta organisasi terkait dengan tujuan antara lain:

- a. Mendapatkan informasi yang akurat dari sumber yang kompeten.
- b. Mengetahui perkembangan terkini atas informasi yang di sampaikan.
- c. Menjalani komunikasi yang lebih baik dengan perusahaan dan organisasi terkait.

Hubungan yang baik tersebut pada akhirnya akan bermuara pada efektivitas dan efisiensi rencana pemanduan yang di buat serta tercapai pemanduan yang berkualitas. Adapun perusahaan dan organisasi yang erat kaitannya dengan kegiatan pramuwisata antara lain: (perusahaan perjalanan, himpunan pramuwisata Indonesia/HPI, *Association of Indonesia travel agencies/ASITA*, objek dan atraksi wisata, toko cinderamata, hotel, dan restaurant, perusahaan transportasi, pemerintah).

## 5. Pelayanan Tour

Tour atau wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. (Undang-undang Nomor 9 thn 1990, tentang Kepariwisataaan).

Tour yang dilakukan dalam waktu kurang dari 24 jam disebut eksekursi, sedangkan yang lebih dari 24 jam diistilahkan dengan wisata paket. Wisata paket pada dasarnya adalah rangkaian dari beberapa eksekursi.

Perincian tugas yang harus dilakukan pramuwisata sebelum tour dilaksanakan adalah sebagai berikut :

- a. Teliti *guide order*, terutama tentang nama wisatawan atau rombongan, jumlah, nama hotel, dan nomor kamar, pesawat dan nomor penerbangan, perkiraan waktu keberangkatan.
- b. Hubungi pengemudi dan cek kesiapan kendaraan.
- c. Siapkan uang yang diperlukan untuk keperluan tour.
- d. Pastikan segala perlengkapan telah siap sebelum berangkat.
- e. Perkiraan waktu keberangkatan sesuai dendaan EDT sehingga tidak terjadi keterlambatan.

Pelaporan setelah semua rangkaian tour dilaksanakan maka pramuwisata harus melaporkan seluruh kegiatannya kepada perusahaan perjalanan yang memberinya tugas pemanduan. Laporan ini akan

bermanfaat baik bagi pramuwisata sendiri maupun bagi perusahaan perjalanan yang mempekerjakannya. Bagi pramuwisata laporan dapat dipakai sebagai dasar untuk menuntut hak atas pekerjaan yang telah dilakukan serta alat evaluasi bagi pelaksanaan tugas berikutnya. Sedangkan bagi perusahaan, laporan ini bermanfaat sebagai alat kontrol penyelenggaraan wisata serta untuk mengindikasi hal-hal penting sebagai masukan untuk penyelenggaraan tour yang lebih baik di masa yang akan datang. Ada dua hal yang perlu dilaporkan oleh pramuwisata yaitu laporan kegiatan dan laporan keuangan.

Penanganan masalah adalah ketika itinerary yang telah disusun sebelum tour dilaksanakan adalah sebuah rencana yang diharapkan dapat dilaksanakan sebagai dengan apa yang disebutkan didalamnya, namun tidak menutup kemungkinan terjadinya penyimpangan atas program tersebut. Penyimpangan dapat terjadi karena kondisi yang berada di luar jangkauan manusia seperti banjir, kerusushan massa.

Kondisi tersebut mengakibatkan kegiatan tour tidak dapat dilaksanakan sebagai mana direncanakan. Penyimpangan dapat pula terjadi karena unsure kesengajaan baik oleh wisatawan sendiri maupun oleh pramuwisata.

Adapun cara menangani masalah tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Apabila penyimpangan terjadi karena kondisi di luar jangkauan manusia maka pramuwisata harus merundingkan kondisi yang terjadi

dengan wisatawan atau tour leader serta kemungkinan-kemungkinan yang dapat dilakukan.

- b. Apabila penyimpangan terjadi karena unsure kesengajaan maka harus dijelaskan alasannya serta kompensasi atas penyimpangan. Jika hal tersebut atas permintaan wisatawan maka tidak merupakan keharusan bagi pramuwisata untuk memberikan kompensasi atas penyimpangan yang dilakukan.

Hal penting yang perlu diingat oleh pramuwisata bahwa untuk setiap keputusan alternative yang diambil dalam menyelesaikan penyimpangan pelayanan harus didukung dengan bukti tertulis yang disetujui oleh bersama antara pramuwisata dan wisatawan.

Kehilangan dapat berupa kehilangan barang maupun kehilangan peserta wisatawan. Kehilangan barang dapat berupa barang bawaan, passport, uang, tiket perjalanan. Kehilangan dapat terjadi di airport, terminal atau pelabuhan, hotel, atau di tempat-tempat lain.

Bentuk bantuan yang diberikan oleh pramuwisata tergantung dari tempat kejadian kehilangan. Kehilangan yang terjadi di airport menuntut pramuwisata lebih aktif memberikan bantuan pencarian dibandingkan dengan kehilangan di hotel karena hotel telah memiliki prosedur sendiri atas kasus kehilangan.

Apabila dalam perjalanan terjadi kecelakaan maka hal-hal yang perlu dilakukan oleh pramuwisata, antara lain:

- a. Memberikan pertolongan pertama kepada wisatawan yang mengalami luka ringan.
- b. Mengantarkan wisatawan ke puskesmas atau ke rumah sakit terdekat untuk mendapat penanganan.
- c. Memberikan keterangan yang diperlukan oleh pihak kepolisian atas kejadian kecelakaan tersebut.

Dalam hal ini tentu diperlukan biaya untuk penyelesaian pengobatan di puskesmas atau ke rumah sakit, sehingga pramuwisata harus mengkomunikasikannya kepada perusahaan yang mempekerjakannya untuk penyelesaian lebih lanjut.

Sakit atau meninggal bagi wisatawan yang menderita penyakit tertentu maka sebelum tour berlangsung diinformasikan untuk membawa obat pribadi yang diperlukan selama tour. Akan tetapi pramuwisata harus menyiapkan obat-obat tertentu untuk memberikan pertolongan sementara jika wisatawan mengalami sakit diperjalanan. Obat-obatan yang dapat dibawa antara lain: paracetamol, aspirin, anti alergi dan lain-lain.

Seandainya wisatawan sakit di perjalanan maka:

- a. Tanyakan apakah yang bersangkutan membawa atau harus minum obat tertentu untuk meredakan sakitnya.
- b. Memberikan pertolongan pertama semampunya.
- c. Jika perlu diberikan obat-obatan yang dapat dikonsumsi secara umum untuk sakit tertentu misalnya influenza, panas, alergi.



- d. Apabila sakitnya tidak dapat ditangani maka rujuk ke puskesmas atau rumah sakit terdekat.
- e. Laporkan ke perusahaan.

Apabila sakitnya terjadi di hotel, maka pihak hotel akan menanganinya dengan memberikan pertolongan pertama, memanggil dokter atau apabila parah maka hotel akan merujuknya ke rumah sakit.

Jika wisatawan meninggal maka:

- a. Buat peserta lain agar tidak panic.
- b. Panggil ambulance dan kirim ke rumah sakit. Jika memanggil ambulance tidak mungkin maka gunakan kendaraan tour.
- c. Rundingkan dengan wisatawan atau tour leader untuk kegiatan berikutnya, lanjutkan atau tidak.
- d. Laporkan ke perusahaan.

Keluhan wisatawan tidak terbatas pada pelaksanaan panduan seorang pramuwisata, akan tetapi menyangkut keseluruhan fasilitas dan pelayanan yang didapat selama melakukan tour dan pramuwisata harus dapat menanganinya secara profesional.

Untuk dapat menangani keluhan secara profesional, maka harus diketahui terlebih dahulu jenis keluhan tersebut. Pada dasarnya keluhan dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

- a. **Keluhan sejati** adalah keluhan yang timbul karena kondisi fasilitas dan pelayanan berdasarkan standar umum tidak memuaskan atau tidak sesuai perjanjian sebelumnya.

- b. **Keluhan biasa** adalah keluhan yang timbul karena pengaruh cara pandang wisatawan terhadap fasilitas atau pelayanan yang diterima. Dalam hal ini antara wisatawan yang satu dengan yang lain mungkin saja berbeda penilaiannya terhadap fasilitas atau pelayanan yang sama.

Apapun jenis keluhannya, pramuwisata harus dapat menangani secara arif dan bijaksana dengan menggunakan prinsip-prinsip: (mendengarkan, memahami, meneliti, menangani, minta maaf).

Setiap keluhan yang terjadi seharusnya dilaporkan secara tertulis kepada perusahaan yang akan bermanfaat bagi perbaikan pelayanan dan mengantisipasi munculnya keluhan yang sama di masa yang akan datang. Secara sederhana laporan tersebut dapat dibuat dengan menggunakan blangko pada contoh berikut:

Menjadi seorang pramuwisata yang profesional bukanlah hal yang mudah, namun tidaklah mustahil untuk dilakukan profesionalisme itu merupakan akumulasi dari semua unsur yang seharusnya dimiliki oleh seorang pramuwisata. Unsur itu berupa modal dasar yang ada dalam dirinya sendiri yang dapat membangkitkan semangat untuk tanggap terhadap lingkungan di luar dirinya, yaitu wisatawan dan kegiatan yang dilakukan.

## 6. Paket wisata

Pemanfaatan teknologi informasi dan pengembangan pariwisata dilakukan dengan menginput data-data tentang objek-objek wisata, hotel, dan penginapan. Disekitar lokasi wisata, modal yang dapat digunakan untuk mengakses lokasi, event-event yang sering diselenggarakan,

keunikan budaya dan tradisi lokal di daerah kawasan wisata serta peta penyebaran objek pariwisata yang disertai dengan petunjuk tentang rute perjalanan.

#### **E. Peranan Teknologi dalam Dunia Pariwisata**

Masalah penganggaran selalu menjadi kendala utama dalam menyiapkan data pariwisata dengan menggunakan teknologi informasi. Untuk membangun sarana dalam merepresentasikan, menyimpan dan memelihara data pariwisata menggunakan media internet membutuhkan biaya yang cukup besar.

Kendala lain adalah sosial budaya terutama bagi bangsa Indonesia karena kalau menggunakan internet maka interaksi antara manusia akan menjadi berkurang. Kendala lain adalah soal keamanan dimana masyarakat kita biasanya setelah membayar sesuatu maka akan langsung menerimanya, atau malahan kalau mungkin berhutang dulu. Dengan adanya internet maka uang akan ditagih lebih dulu melewati kartu kredit yang bersangkutan, sedangkan produk baru diberikan belakangan. E-Tourism sebagai bentuk pemanfaatan teknologi informasi untuk pengembangan sektor pariwisata.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang akan memberikan penambahan pendapatan yang cukup besar bagi suatu Negara ketika mampu dikelola dengan baik. Dunia pariwisata yang menjadi salah satu bidang garapan pemerintah sudah saatnya memanfaatkan teknologi informasi sebagai implementasi dalam mempublikasikan dan memasarkan potensi wisata nasional dan daerah.

Pengembangan pariwisata berbasis teknologi informasi ini dilakukan dengan menyediakan web khusus pariwisata Indonesia pada tingkat pusat dan diteruskan ke daerah dan pengelola suatu kawasan wisata, Web ini kemudian memberikan informasi berupa objek-objek wisata yang dimiliki kiat-kiat daerah, sarana dan prasana pelengkapannya, akomodasi, transportasi, keunikan budaya dan tradisi local. Pengembangan adalah memajukan atau memperbaiki, meningkatkan suatu yang ada. Sedangkan pembangunan adalah mengadakan atau membuat sesuatu yang belum ada. Kedua istilah ini sekarang sering digunakan untuk maksud yang sama yakni, pengembangan atau pembangunan sosial ekonomi.

Konsep E-Tourism pada dasarnya merupakan konsep yang masih baru dan belum mendapatkan perhatian serius dari berbagai pihak yang bergerak dalam bidang pariwisata, khususnya di Indonesia, yaitu:

Dampak positif yang ditimbulkan adalah :

1. Penciptaan lapangan kerja
2. Sebagai sumber devisa asing
3. Pariwisata dan distribusi pembangunan spiritual

Dampak negatif yang ditimbulkan adalah :

1. Pariwisata dan vulnerability ekonomi, karena dinegara kecil dengan perekonomian terbuka, pariwisata menjadi sumber mudah kena serang atau luka (Vulnerability), khususnya kalau Negara tersebut sangat tergantung pada satu pasar asing.
2. Banyak kasus kebocoran sangat luas dan besar.

3. Polarisasi spesial dari industri pariwisata.
4. Sifat dari pekerjaan dalam industry pariwisata cenderung menerima gaji yang rendah, menjadi pekerjaan musiman, tidak ada serikat buruh.
5. Dampak industry pariwisata terhadap alokasi sumber daya ekonomi, dapat menimbulkan kesulitan bagi pernghuni daerah tersebut.
6. Dampak terhadap lingkungan, bisa berupa polusi air atau udara, kekurangan air, kamaian lalu lintas dan kerusakan dari pemandangan alam yang tradisional.

- Pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Aktivitas dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuatn untuk memenuhi kebutuhan mereka.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan penelitian

Secara umum rancangan penelitian berarti suatu struktur penelitian untuk direncanakan dan dilakukan dalam suatu penelitian. Oleh karena itu rancangan penelitian merupakan bagian penting dari suatu penelitian karena rancangan penelitian harus melihat strategi dalam meneliti, kerangka konseptual, identifikasi siapa dan apa yang diteliti, serta latar dan prosedur yang akan digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis data.

#### B. Jenis Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan Kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Kark dan Miller memberikan pengertian penelitian Kualitatif sebagai tradisi penelitian yang tergantung pada pengamatan sesuai dengan orang-orang disekitar objek penelitian dalam bahasa dan peristilahan sendiri.

“Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengeksplorasi dan mengklasifikasikan suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti.”

Berdasarkan beberapa definis diatas, penelitian melakukan penelitian dengan menguraikan fakta-fakta yang didapat dan berdasarkan hasil dari penelitian dilapangan, kemudian diolah, dikaji dan dianalisis agar dapat menghasilkan suatu kesimpulan.

### **1. Sumber Data.**

Adapun sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu, *Data Primer* diperoleh melalui proses penelitian langsung dari partisipasi atau sasaran penelitian, yaitu langsung dari wawancara produser Danindra Nur Purnamasidhi, pendukung acara yaitu Mamah Dedeh dan Abdel, serta tim kreatif Effendi Alian. *Data Sekunder* adalah data yang diperoleh dari catatan – catatan atau dokumentasi berupa foto yang terkait dengan penelitian dari lembaga yang diteliti ataupun referensi dan buku-buku dari perpustakaan.

### **2. Informan.**

Informan dalam penelitian ini adalah para stakeholder yang berhubungan dengan industri biro perjalanan wisata, pemandu wisata, dosen, pengelola program studi dan bagian akademik. Adapun rancangan informan dapat dilihat pada tabel berikut ini

**Tabel 3.1**

**Data Informan**

No	Sektor	Lokasi	Jabatan	Jumlah
1	Asosiasi industri (ASITA)	Makassar	Ketua ASITA	1 orang
2	Biro Perjalanan wisata	Makassar	Tour Manager	2 Orang
			Ticketing Manager	2 Orang
			General manager	1 Orang
		Bali	Tour Manager	2 Orang
			Ticketing Manager	2 Orang
			General manager	1 Orang
3	Pemandu wisata	Makassar	Pemandu Wisata	2 Orang
		Bali	Pemandu Wisata	2 Orang
4	Online Travel Agency	Makassar	Manager	1 Orang
		Jakarta	Manager/Supervisor	2 Orang
5	Penerbangan	Makassar	District Manager	2 Orang
			Pemasaran	2 Orang
6	Pendidikan	Makassar	Dosen	2 Orang
			Pengelola Prodi	2 Orang
			Bagian Akademik	1 Orang



### 3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun untuk pelaksanaan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah suatu cara mengumpulkan data dengan mengambil langsung terhadap objek atau penggantinya (misal: film, rekonstruksi, video, dan sejenisnya)<sup>9</sup>. Ada dua macam observasi:

b. Wawancara

• Wawancara adalah teknis dalam upaya menghimpun data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu yang sesuai dengan data<sup>12</sup>. Ada dua jenis wawancara, yaitu: Wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah jenis Wawancara Terstruktur (*Structural Interview*). Wawancara dilakukan secara langsung kepada produser program *Mama&Aa ber-Aksi* Danindra Nur Purnamasidhi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan laporan penelitian. Pada wawancara ini dilakukan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan, baik yang telah digariskan maupun yang nantinya muncul secara spontan dan dilakukan kepada sumber atau pihak yang telah ditentukan.

c. Dokumentasi.

Dokumentasi tersebut berupa tulisan-tulisan berbentuk catatan, buku, naskah, teks materi, dokumen ataupun arsip-arsip,

yang terkait dengan pembahasan penelitian ini. Dari dokumentasi tersebut, nantinya penulis gunakan untuk mengumpulkan data dengan mempelajari bahan tertulis sehingga dapat membantu penulis dalam mencari informasi yang terkait dengan permasalahan penelitian.

#### **4. Teknik Analisis Data.**

Data yang sudah terkumpul diolah dan dianalisis. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, yaitu laporan tentang data dengan cara menerangkan, memberi gambaran, serta menginterpretasikan data yang sudah terkumpul, kemudian membuat kesimpulan atas data tersebut.

Donald dkk memberikan pandangan bahwa data analisis pada penelitian kualitatif adalah suatu proses dimana peneliti akan mencari dan mengatur data untuk mengembangkan pengetahuan mereka terhadap data yang ada menyajikan sesuatu mereka pelajari dari orang lain. Selanjutnya James (2004) juga menggarisbawahi bahwa analisis bertujuan untuk mengatur data, memisahkan data kedalam unit-unit yang efektif untuk dianalisis berdasarkan topik dan tema

Penelitian ini akan mengadopsi pendekatan yang fundamental dalam menganalisis luaran dari partisipan. Untuk tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah mereduksi data, membuat transkrip wawancara, menyajikan data, dan mengambil kesimpulan. Pendekatan ini akan melibatkan pengaturan data untuk menciptakan

penjelasan dan menciptakan dapatan baru dari hasil wawancara.

Dengan pendekatan observasi, peneliti akan melihat secara langsung apa yang terjadi dalam proses pembelajaran yang meliputi rencana pembelajaran materi, strategi dan peralatan yang digunakan. Hasil observasi tersebut akan disajikan dalam bentuk deskriptif untuk menggambarkan fenomena yang terjadi sehubungan dengan eksistensi program studi dengan menggunakan pendekatan yang ada.

Dalam menganalisis dokumen dan teks, peneliti akan melakukan proses seleksi kebijakan-kebijakan yang ada yang berhubungan dengan pengembangan program studi. Kategori-kategori dalam menjelaskan dokumen dan teks akan dibuat antara lain konteks pengembangan SDM, pengembangan saran (kebijakan investasi), ketersediaan dan keabilitas SDM, dan hal-hal lain yang dapat diperoleh dari dokumen dan teks. Seluruh data tersebut akan disajikan secara deskriptif melalui penjelasan yang komprehensif berdasarkan kategori-kategori yang dibangun dalam penelitian ini.

## **BAB IV**

### **ANALISIS PENELITIAN**

Kesiapan Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan wisata dalam menghadapi era 4.0 untuk memenuhi kebutuhan SDM, merupakan sebuah tuntutan yang harus direalisasikan, di mana sumber daya manusia dan kemampuan manusia untuk berinteraksi dengan lingkungannya menjadi faktor yang amat penting. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di Bab 1 (satu), mau tidak mau Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata harus mengembangkan kiprahnya. Untuk mewujudkan hal tersebut, maka perlu suatu kupasan tentang paradigma pendidikan selama ini. Strategi kreatif yang di perlukan oleh Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan wisata harus memiliki strategi yang jitu agar SDM yang dihasilkan memiliki profesionalisme dan unggul dibidangnya. Untuk itu dalam strategi kreatif harus melewati berbagai elemen-elemen pendukung dari keberhasilan tersebut.

#### **A. Hasil Analisis Data**

##### **1. ASITA**

Asosiasi Travel Agent atau di singkat ASITA merupakan wadah dari sebuah industri perjalanan, dimana segala sesuatu permasalahan dan hal yang berkaitan dengan perkembangan industri perjalanan dapat dimusyawarahkan dalam asosiasi ini, begitupun mengenai pertimbangan tentang industri perjalanan yang menjadi lapangan kerja bagi lulusan dari Program Studi Manajemen bisnis perjalanan wisata untuk

menghadapi era digitalisasi atau 4.0.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, hasil wawancara dengan ketua ASITA mengenai pandangan tentang masalah yang di hadapi para Travel agent di era digitalisasi atau 4.0, yaitu :

“Harapan saya... dengan melihat perkembangan digitalisasi di era sekarang yang dimana telah banyak bermunculan Online Travel Agent yang cukup mematikan Travel konvensional, maka sebaiknya Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata membekali pengetahuan teknologi kepada mahasiswa yang berhubungan dengan ticketing.... atau lebih tepatnya lebih mengasah sisi kreativitas dari mahasiswa agar dapat merancang konsep bisnis travel yang saat ini sudah merambah ke era digitalisasi yang dapat di akses melalui gadget.”

Berdasarkan temuan di lapangan tersebut apa yang disarankan oleh ketua ASITA dengan mengembangkan ilmu dibidang teknologi yang ada kaitannya dengan bisnis Travel adalah telah sesuai dengan konsep pembelajaran di program studi manajemen bisnis perjalanan wisata saat ini, tugas prodi MJP ketika merencanakan sebuah konsep pembelajaran yang berbasis digitalisasi akan lebih mengasah sisi kreativitas dari para mahasiswa yang nantinya akan menghasilkan lulusan atau SDM yang unggul dalam teknologi berkaitan dengan bisnis industri perjalanan. Dengan mengetahui secara pasti konsep pembelajaran yang tepat, maka akan mempermudah bagi program studi dalam merancang kurikulum yang berbasis digital dan kewirausahaan.

## 2. Biro Perjalanan Wisata (BPW)

Kenyataan di lapangan juga menggambarkan sasaran dari strategi yang di susun oleh program studi manajemen Bisnis perjalanan wisata dalam menghadapi era digital atau 4.0, hal ini juga dipertegas oleh salah satu General manager BPW di Bali, antara lain :

“bila ingin memasarkan suatu produk, hal yang paling memilikli pengaruh besar untuk saat ini adalah Media dan Jejaring Sosial yang bisa dikatakan hampir seluruh kalangan dapat mengakses atau menggunakannya .”

Begitu pula yang dikatakan oleh Tour Manager salah satu BPW yang ada di Makassar, antara lain :

“Seharusnya flyer yang biasanya digunakan, diubah kedalam bentuk digital. Contohnya dengan memanfaatkan fitur Instastory pada aplikasi sosial media Instagram dan untuk promosi video bisa dilakuakn dengan mengupload video promosi produk yang ditawarkan ke youtube.”

Berdasarkan penjelasan nara sumber tersebut diatas, dapat penulis simpulkan bahwa perangkat teknologi sangat berperan penting dalam meraih pangsa pasar sehingga eksistensi bisnis perjalanan dapat tetap berjalan dan bertahan sehingga program studi manajemen bisnis perjalanan wisata lebih cenderung melihat peluang dalam menyusun konsep pembelajaran yang tepat agar dapat menciptakan ide bisnis yang baru dalam industri perjalanan.

## 3. Pemandu Wisata

Pemanduan dalam perjalanan wisata merupakan unsur pelengkap yang cukup penting dalam proses pelaksanaan kegiatan wisata, bila dihadapkan dengan tantangan perkembangan era digital saat

ini juga mempunyai pengaruh yang signifikan dalam eksistensinya, maka perlu diketahui pandangan dari salah satu narasumber yang bergerak dibidang pemanduan, berikut pendapat yang diungkapkan oleh salah satu Pemandu Wisata di Makassar, antara lain :

“Saya sebagai seorang pemanduwisata saat ini merasa khawatir dengan apa yang terjadi di era globalisasi. Tentunya penggunaan alat elektronik yang semakin luas jangkauannya dapat mengancam profesi saya sebagai pemandu wisata jika tidak dapat menyesuaikan diri. Contohnya, hampir semua informasi dapat diperoleh dari internet begitu juga dengan akses menuju suatu tempat sudah dapat dengan jelas ditunjukkan oleh sistem atau aplikasi yang ada saat ini. Jadi, ini adalah tantangan besar bagi Program Studi Manajemen perjalanan Wisata untuk mempersiapkan calon pemanduwisata mereka dalam menghadapi isu besar seperti ini.”

Program studi manajemen bisnis perjalanan wisata harus lebih cermat melihat ancaman dan peluang yang berkembang di industrin saat ini, sesuai paparan tanggapan dari salah satu pemandu wisata di makassar bahwa teknologi telah mengambil alih kompetensi dan skill yang mereka miliki maka dari pada itu program studi manajemen bisnis perjalanan wisata mesti lebih melihat peluang yang tepat untuk bisa mengatasi ancaman yang ada di insustri khususnya dalam bidang pemanduang wisata terutama dalam hal konsep dan metode pembelajaran pemanduan wisata.

#### 4. Online Travel Agent

Online travel agent atau biasa disingkat OTA ini adalah salah satu industri perjalanan yang sedang berkembang di era digital, eksistensinya sangat kuat untuk saat ini, berikut salah satu pandangan

yang diungkapkan oleh salah satu narasumber dibidang Pemasaran Online Travel Agency ternama yang ada di Indonesia, antara lain :

“Ini merupakan perwujudan dari apa yang telah kami pikirkan jauh sebelum orang lain memprediksi. Tidak bisa dipungkiri perkembangan teknologi akan selalu melaju hingga pada tahap berkembangnya era digitalisasi 4.0 dimana orang-orang mulai berbenah, tapi menurut saya itu mereka telambat untuk mempersiapkan diri. Seharusnya mereka telah bisa memikirkan dan mengantisipasi hal ini saat mulai merintis bisnis mereka.”

Dalam melihat suatu peluang program studi manajemen bisnis perjalanan wisata tidak hanya berpatokan pada keadaan dan kondisi saat ini saja namun harus jauh menerawang ke masa depan yang penuh perubahan, program studi manajemen bisnis perjalanan wisata harus mempersiapkan diri agar dapat bersaing di masa kini dan masa depan dengan mengusung konsep pembelajaran yang lebih uptodate.

#### 5. Industri penerbangan

Peran industri penerbangan dalam bidang perjalanan wisata begitu besar sehingga pengaruhnya sangat berkaitan dengan masalah eksistensi program studi manajemen bisnis perjalanan wisata dalam melakukan tugasnya sebagai penghasil sumber daya manusia dibidang perjalanan wisata, salah satu ungkapan pernyataan dari Bagian Pemasaran Maskapai Penerbangan ternama yang ada di Indonesia, antara lain :

“Berkembangnya era 4.0 saat ini sangat berdampak besar bagi kami, terutama dalam operasional di lapangan. Dulu kami masih menggunakan sistem issue secara konvensional, tapi dengan hadirnya era 4.0 membuat proses pengurusan tiket



penumpang lebih efisien dan hampir semuanya paperless. Akan tetapi belum semua SDM dapat beradaptasi dengan mudah terhadap sistem yang ada saat ini. Maka dari itu, kami sangat berharap SDM lulusan dari Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata nantinya telah dibekali keterampilan dan memenuhi kualifikasi yang dibutuhkan di era 4.0 ini.”

Produk dari industri penerbangan salah satunya yaitu tiket penerbangan itu sendiri dimana telah mengalami metamorfosis yang begitu signifikan, yang dulunya hanya menggunakan blangko tiket yang di issued secara manual kini telah menggunakan elektronik tiket yang lebih efektif dan efisien, maka metode pembelajaran yang di gunakan oleh program studi manajemen bisnis perjalanan wisata harus disesuaikan dengan perubahan yang ada.

#### 6. Bidang pendidikan

Dunia pendidikan menghadapi tantangan yang besar dalam menyesuaikan program pendidikan yang sesuai dengan perkembangan teknologi di era digitalisasi atau 4.0, pandangan tentang tantangan inipun di kemukakan oleh salah satu Dosen yang ada di Bali, antara lain

“Kami sebagai tenaga pengajar harus bisa mengupgrade diri sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada. Karena masih banyak tenaga pengajar di luar sana yang kurang update terhadap teknologi, pada kenyataannya itu sangat penting dalam proses pembelajaran”.

Begitupula tanggapan dari salah satu Program Studi yang ada di Bali, antara lain :

“Semua hal yang terbaik kami lakukan untuk mahasiswa kami dalam menghadapi era 4.0 ini. Salah satu contohnya, yah...

dengan peningkatan dan bahkan mengadakan fasilitas yang dibutuhkan dalam proses belajar sesuai dengan jaman modern ini, yah.. era 4.0 tepatnya.”.

Pandangan dari tenaga pendidik/Dosen serta pengelola program studi telah menyadari bahwa peran teknologi begitu sangat penting sehingga sumber daya manusia yang berkaitan di dalamnya mesti menyesuaikan diri dengan cara meningkatkan kemampuan dalam bidang teknologi dan harus mengupdate perkembangan sesuai dengan yang terjadi di industri, sehingga ilmu yang akan di transfer ke para mahasiswa juga sesuai dengan kebutuhan industri saat ini.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Hasil analisis mengenai kegiatan usaha ticketing pada era industry 4.0 dapat mempengaruhi program studi manajemen bisnis perjalanan wisata.**

Dalam dunia ticketing dihadapkan dengan perkembangan jaman di era digitalisasi saat ini memiliki bebarap hal yang perlu menjadi pertimbangan dalam menciptakan sistem yang lebih efektif terutama di bidang tiketing. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penerapan elektronik ticket sesuai dengan teknologi yang berkembang saat ini, antara lain :

#### **a Kelemahan E-Ticketing**

- 1) Ada kekhawatiran mengenai jaminan keamanan atas kode-kode kartu kredit, ATM, dan lain-lain.

- 2) Pemesanan E-Ticketing dilakukan secara online atau melalui internet dan tidak semua orang mengerti tentang internet artinya belum bisa mengoperasikan internet itu sendiri. Belum semua orang mengetahui tentang bagaimanacaranya memesan tiket secara online
- 3) Belum semua orang mengetahui dan paham betul tentang E-Ticketing

b. Keuntungan E-Ticketing

- 1) Kemudahan Pengguna dapat mudah mengerti dalam melakukan pemesanan tiket melalui layanan ini.
- 2) Keamanan Pengguna diberikan fasilitas login dan hanya 1 orang dengan 1 nama yang sudah terdaftar sebelumnya yang bias mengakses layanan menu utamanya.
- 3) Keuntungan Pengguna diuntungkan dengan masalah waktu dan tenaga dalam melakukan pemesanan serta adanya discount atau potongan harga jika pengguna sudah menjadi pelanggan tetap.
- 4) Kenyamanan Pengguna dapat melakukan pemesanan dengan nyaman, tanpa adanya gangguan

**2. Hasil analisis mengenai kegiatan pemanduan wisata pada era industry 4.0 dapat mempengaruhi program studi Manajemen Bisnis Perjalanan Wisata.**

Pekerjaan sebagai pramuwisata sangat mengasyikan karena bisa bertemu dan berinteraksi dengan tamu-tamu, baik asing maupun domestik.

saat memandu dan menjelaskan berbagai hal yang terkait dengan pariwisata. Pramuwisata dituntut untuk mengetahui berbagai hal tentang wisata dan kelebihan yang ada di suatu destinasi kepada para tamu, sehingga pramuwisata harus banyak belajar dan membaca agar tidak ketinggalan informasi. Dalam era milenial saat ini pramuwisata harus merasa bangga bisa membantu industri pariwisata pada suatu destinasi agar lebih di kenal, tidak hanya di satu namun di seluruh Indonesia bahkan di tingkat Asia. Pramuwisata tidaklah bosan membantu mempromosikan potensi wisata di suatu destinasi melalui media sosial dan media lainnya. Pramuwisata yang berada pada jaman milenial saat ini turut serta membantu dunia pariwisata dengan mengunggah segala kegiatan yang dilakukannya melalui media sosial masing-masing. Dengan cara begitu mereka ikut membantu perputaran industri wisata di lingkungan sekitarnya. Sebab dengan mengunggah di media sosial, akan berdampak dengan kunjungan wisata sehingga berpengaruh dengan industri wisata seperti kuliner, handycraft bahkan penginapan akan ikut bergeliat. Para pramuwisata yang eksistensinya berada pada era milenial diharapkan ikut membantu menjaga kebersihan lingkungan wisata dengan tidak membuang sampah sembarangan sehingga kawasan wisata terjaga kebersihan dan kelestariannya.

**3. Hasil analisis mengenai kegiatan usaha perjalanan wisata (paket wisata) pada era industry 4.0 dapat mempengaruhi program studi Manajemen Bisnis Perjalan Wisata.**

Era digitalisasi khususnya dalam penggunaan internet semakin memudahkan kegiatan operasional penyedia jasa perjalanan, selain itu juga dapat menekan biaya dimana teknologi internet membuat kemudahan dan semakin murahnya modal memulai kegiatan operasional. Selanjutnya, kemudahan juga ditemukan pada transaksi pembayaran, yakni misalnya melalui anjungan tunai mandiri (ATM), kartu kredit, atau mobile banking. Melalui berkembangnya teknologi di era digitalisasi media internet juga mudah menciptakan jaringan dengan lebih banyak orang yaitu mudah menciptakan network misalnya dengan membuat blog terhadap suatu produk wisata yang dipasarkan. Salah satu keunggulan dalam penggunaan teknologi dalam memasarkan suatu produk wisata yaitu pada saat telah mengunjungi suatu tempat wisata kemudian dapat memberikan testimoni pada blog tersebut, dengan begitu lebih banyak orang yang akan membaca. Sedangkan dari sisi destinasi wisata, berkat berkembangnya teknologi di era 4.0 banyak muncul tujuan wisata baru yang akhirnya penjualan paket wisata makin beragam. Banyak destinasi wisata baru dan rute penerbangan baru membuat penjualan paket wisata makin beragam. Begitu Banyaknya dampak positif dari kemajuan teknologi di era digitalisasi dalam pariwisata, hal ini akan memacu kreatifitas pelaku penyedia jasa perjalanan wisata dalam menarik wisatawan. Kemudahan penjualan produk di travel agent akan membuat

mereka harus inovatif mempertahankan market Serta yang tak kalah penting, adalah mengenai perang harga yang terjadi di antara para penyedia jasa perjalanan untuk membuat paket menarik dimana Perang harga itu tidak bisa dihindari lagi saat ini. Menghadapi perubahan pasar yang akan didominasi milenial, tentunya perlu dilakukan berbagai perubahan diantaranya pada produk wisata dan penyelenggaraan event. Produk pariwisata yang dikemas dalam paket-paket wisata harus disesuaikan dengan selera wisatawan millennials. Dalam merebut pasar milenial di mancanegara sebaiknya dilakukan kerjasama dengan perusahaan digital internasional seperti Baidu, Tripadvisor, dan Grab yang menerapkan sharing economy dan mampu secara revolusioner mengubah lanskap industri pariwisata dunia termasuk di Indonesia.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai eksistensi program studi manajemen bisnis perjalanan wisata, penulis menyimpulkan bahwa apa yang dipaparkan oleh pelaku industri perjalanan mulai dari asosiasi, Biro perjalanan, pemandu wisata, OTA, industri penerbangan hingga akademisi merupakan langkah awal dalam menyiapkan diri untuk menghadapi perubahan yang cepat atau lambat harus di sadari oleh program studi manajemen bisnis perjalanan wisata yang dimana sebagai ujung tombak dalam mencetak sumber daya manusia di bidang industri perjalanan di masa akan datang. Di samping menerapkan konsep dan metode pembelajaran yang diukur dari hasil analisis dilapangan program studi manajemen bisnis perjalanan wisata juga harus menerapkan berbagai strategi yang tepat dalam upayanya mempertahankan eksistensi program studi manajemen bisnis perjalanan wisata di era 4.0. Kreativitas dari lulusan program studi manajemen bisnis perjalanan wisata tercermin dalam upayanya memecahkan problem dan kendala pada tantangan di era digitalisasi saat ini dan dimasa yang akan datang.

## B. Saran

Adapun saran yang diberikan penulis sebagai bahan pertimbangan program studi manajemen bisnis perjalanan wisata untuk kemajuan sistem pembelajaran berbasis digitalisasi dan kewirausahaan adalah sebagai berikut :

1. Kepada program studi manajemen bisnis perjalanan wisata, alangkah baiknya jika konsep dan metode pembelajaran bisa dilakukan secara digital seperti sistem pembelajaran daring. Selain itu semua jenis tugas yang diberikan harus berbasis teknologi dan digital yang mengarah kepada ilmu kewirausahaan khususnya pada kompetensi bidang ticketing, paket wisata dan pemanduan.
2. Selain itu, untuk bagi para pengajar dan dosen harus lebih melihat perkembangan yang terjadi di industri yang dimana mengikuti era yang sedang berkembang, dengan demikian sepatutnya dapat mengembangkan diri dengan mengikuti pelatihan baik di bidang teknologi maupun kewirausahaan sehingga ilmu yang ditrasfer kepada para mahasiswa sesuai dengan tuntutan industri saat



## DAFTAR PUSTAKA

- Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*, Bandung : Simbiosis Rekatam Media, 2006.
- Hidajanto Djmal dan Andi Fachruddin. *Dasar-dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi, cet ke-1*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Hidajanto Djmal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran*
- Meloeng J, *Lexy Metode Penelitian Kualitatif*, edisi revisi cet. Ke-26, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Morissan, Andy Corry Wardhani dan Farid Hamid, *Teori Komunikasi Massa: Media, Budaya dan Masyarakat*, Bogor: Ghalia Indonesia 2010.
- Morissan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta:Kencana, 2009.
- Muzayyin Arifin. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi, Cetakan ke 2*. Jakarta: Bumi Aksara, 1993.
- Naratama, *Menjadi Sutradara televisi*, Jakarta: PT. Gramedia

Widiasarana Indonesia, 2004.

Onong Uchjana Effendi, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung : PT. Alumni, 1986.

Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2006.

Purnomo, " Dakwah Kontemporer,"

RM Soenarto, *Programa Televisi Dari Penyusunan Sampai Pengaruh Siaran*, Jakarta: FFTV-IKJ Press,2007.

Samsul Munir Amin, *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta: Amzah, 2008.

Sidarta GM, *berita untuk mata dan telinga*, Yogyakarta : Mara Pustaka, 2012. Soenarto RM, *Programa Televisi*, Jakarta: Cikini Raya, 2007.

Sunadar, *Telah Format Program Keagamaan Di TelevisiSwasta (Study Deskriptif Analisi Televisi Pendidikan Indonesia)*,Tesis, Program Pascasarjana IAIN SunanKalijaga, Yogyakarta Program StudiPendidikan Islam,1998.

Suwardi Purnama, *Seputar Bisnis & Produksi Siaran Televisi*, Padang :

TVRI Sumbar, 2006

Syamsir Salam, MS dan Jaenal Aripin, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta:

UIN Jakarta Press, 2006.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan & Pengembangan Bahasa

Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa*

*Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 2005.

Tommy Suprpto, MS, *Berkarir di Bidang Broadcasting*. Yogyakarta :

Media Pressindo, 2006.

Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa: Sebuah Analisis Media televisi*,

Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996.

### **Internet**

[bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/index.php](http://bahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/index.php). akses pada hari Selasa. 6

Mei 2014, pukul 18.53 WIB.

Indra Prawita, *Perencanaan Program Televisi*,

[http://www.slideshare.net/Rezka\\_Judittya/perencanaan-program-televisi-by-indra-prawira](http://www.slideshare.net/Rezka_Judittya/perencanaan-program-televisi-by-indra-prawira), akses hari selasa, 08 Mei 2014, pukul 23.30 WIB.

*Official website* Indosiar, [www.Indosiar.co.id](http://www.Indosiar.co.id).

<http://id.wikipedia.org/wiki/Indosiar>, diakses 01 Mei 2014