

INTERAKSI PEMANDU DAN PESERTA DALAM PEMBENTUKAN PENGALAMAN WISATA PADA AKTIVITAS WALKING TOUR

Kinanti Aulia Suryadi*¹, Gita Siswhara², Masroulina Sevtiani³

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Indonesia

kinantiaulia@upi.edu¹

wa_egha@upi.edu²

masroulina@upi.edu³

Abstrak

Perkembangan wisata berbasis pengalaman mendorong munculnya aktivitas walking tour sebagai bentuk wisata perkotaan yang menekankan interaksi sosial, narasi sejarah, dan pengalaman ruang kota secara langsung. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana interaksi antara pemandu dan peserta membentuk pengalaman wisata dalam aktivitas walking tour di Bandung, Jakarta, dan Semarang. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis tematik. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi terhadap 21 partisipan yang terdiri atas pemandu dan peserta walking tour. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman dengan bantuan perangkat lunak NVivo melalui proses pengkodean, kategorisasi, dan interpretasi tema penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi pemandu dan peserta menjadi elemen utama dalam pembentukan pengalaman wisata. Interaksi yang dialogis, partisipatif, dan adaptif mampu menciptakan keterlibatan emosional serta pengalaman sosial yang lebih personal bagi peserta. Narasi dan storytelling juga berperan penting dalam membangun keterikatan peserta terhadap ruang kota melalui komunikasi yang komunikatif dan partisipatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman wisata dalam walking tour terbentuk melalui proses co-creation experience yang melibatkan pemandu, peserta, dan ruang kota secara kolektif. Temuan penelitian memperkuat kajian interaksionisme simbolik dalam konteks pariwisata perkotaan serta memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan wisata berbasis pengalaman di Indonesia.

Keywords: *walking tour*, interaksi pemandu dan peserta, pengalaman wisata, *storytelling*

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata pascapandemi COVID-19 menunjukkan perubahan pola perjalanan wisatawan yang tidak lagi hanya berorientasi pada kunjungan destinasi, tetapi juga pada pencarian

pengalaman yang lebih personal, autentik, dan partisipatif. Hal tersebut mendorong berkembangnya berbagai bentuk *urban tourism* berbasis pengalaman, salah satunya melalui aktivitas *walking tour*. Kegiatan ini memungkinkan wisatawan mengeksplorasi

kota secara langsung melalui interaksi sosial, narasi sejarah, dan pengalaman ruang yang lebih dekat dengan kehidupan lokal.

Peningkatan aktivitas wisata di Indonesia turut memperkuat perkembangan *walking tour* di berbagai kota heritage seperti Bandung, Jakarta, dan Semarang. Kawasan Braga-Asia Afrika di Bandung, Kota Tua Jakarta, serta Kota Lama Semarang menjadi ruang wisata yang aktif menghadirkan pengalaman wisata berbasis interaksi antara pemandu dan peserta. Dalam hal ini, pengalaman wisata tidak hanya dibentuk oleh destinasi yang dikunjungi, tetapi juga melalui komunikasi, storytelling, dan hubungan interpersonal selama tur berlangsung.

Peran interaksi dalam pembentukan pengalaman wisata menjadi aspek penting dalam kegiatan *walking tour*. Pemandu wisata tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai aktor sosial yang membangun suasana, keterlibatan peserta, dan pemaknaan terhadap ruang kota. Pusparani et al. (2025) menjelaskan bahwa kualitas komunikasi antara pemandu dan wisatawan berpengaruh terhadap pengalaman wisata yang berkesan dan kepuasan wisatawan (Pusparani et al., 2025). Penelitian Hurombo et al. (2024) juga menunjukkan bahwa kompetensi interpersonal dan kecerdasan emosional pemandu menjadi faktor penting dalam

menciptakan pengalaman wisata yang bermakna (Hurombo et al., 2024).

Dalam aktivitas *walking tour*, interaksi berlangsung lebih intens karena pemandu dan peserta berada dalam ruang yang sama selama perjalanan wisata. Hu et al. (2024) menemukan bahwa interaksi antara pemandu dan wisatawan mampu membangun kedekatan emosional, rasa percaya, dan keterlibatan wisatawan dalam aktivitas wisata. Sementara itu, Tiofanny dan Ardiansyah (2024) menunjukkan bahwa cara penyampaian dan interpretasi pemandu berpengaruh signifikan terhadap pengalaman dan kepuasan wisatawan dalam mengikuti *walking tour* (Hu et al., 2024).

Dalam perspektif interaksionisme simbolik Herbert Blumer, pengalaman wisata dipahami sebagai hasil konstruksi makna yang terbentuk melalui proses interaksi sosial. Narasi yang disampaikan pemandu, respons peserta, dan dinamika komunikasi selama tur menjadi bagian dari proses pembentukan pengalaman wisata. Pengalaman tersebut tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga sosial dan emosional.

Penelitian mengenai *walking tour* dan pengalaman wisata sebelumnya umumnya berfokus pada aspek komunikasi pemandu, interpretasi wisata, dan kepuasan wisatawan. Hu et al. (2024) menunjukkan bahwa interaksi antara pemandu dan wisatawan

mampu membangun kedekatan emosional dan keterlibatan peserta dalam aktivitas wisata (Hu et al., 2024). Tiofanny dan Ardiansyah (2024) menemukan bahwa cara penyampaian dan interpretasi pemandu berpengaruh signifikan terhadap pengalaman dan kepuasan wisatawan dalam kegiatan *walking tour* (Tiofanny & Ardiansyah, 2024). Sementara itu, Agustiani et al. (2025) menegaskan bahwa kemampuan komunikasi, empati, dan penyesuaian diri pemandu lokal berperan penting dalam membentuk pengalaman wisatawan (Agustiani et al., 2025).

Penelitian sebelumnya masih lebih banyak menempatkan pengalaman wisata dalam kerangka kepuasan layanan dan kompetensi pemandu. Penelitian mengenai bagaimana interaksi pemandu dan peserta membentuk pengalaman wisata secara sosial dan emosional dalam konteks *walking tour* perkotaan masih relatif terbatas, khususnya pada studi yang membandingkan beberapa kota heritage di Indonesia. Penelitian ini menawarkan perspektif berbeda dengan menempatkan interaksi pemandu dan peserta sebagai proses sosial yang membentuk pengalaman wisata melalui komunikasi interpersonal, *storytelling*, dan dinamika interaksi selama *walking tour* di Bandung, Jakarta, dan Semarang.

Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat keterbatasan penelitian yang menjelaskan bagaimana pengalaman wisata dalam aktivitas *walking tour* terbentuk melalui proses interaksi sosial antara pemandu dan peserta, khususnya pada konteks kota-kota heritage di Indonesia. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada kompetensi pemandu, kualitas layanan, dan kepuasan wisatawan, sehingga mekanisme pembentukan pengalaman wisata sebagai hasil interaksi sosial yang berlangsung selama tur masih belum banyak dikaji secara mendalam. Oleh karena itu, fokus masalah dalam penelitian ini adalah memahami bagaimana interaksi pemandu dan peserta berperan dalam membentuk pengalaman wisata pada aktivitas *walking tour*.

Berdasarkan fokus tersebut, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: (1) bagaimana bentuk interaksi yang terjadi antara pemandu dan peserta selama kegiatan *walking tour*; (2) bagaimana peran narasi dan *storytelling* dalam membentuk pengalaman wisata peserta; dan (3) bagaimana peserta memaknai pengalaman wisata yang diperoleh melalui interaksi selama kegiatan *walking tour*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis interaksi antara pemandu dan peserta dalam pembentukan pengalaman wisata, mengidentifikasi peran *storytelling*

dalam proses tersebut, serta menjelaskan bagaimana pengalaman wisata dikonstruksi melalui dinamika interaksi sosial dalam kegiatan *walking tour* di Bandung, Jakarta, dan Semarang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis tematik untuk memahami bagaimana interaksi antara pemandu dan peserta membentuk pengalaman wisata dalam kegiatan *walking tour*. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengalaman, makna, serta dinamika komunikasi yang muncul selama aktivitas wisata berlangsung. Menurut Sahir (2021), penelitian kualitatif bertujuan menggali makna suatu fenomena berdasarkan perspektif partisipan melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi (Sahir, 2021).

Penelitian dilakukan di tiga kota heritage di Indonesia, yaitu Bandung, Jakarta, dan Semarang. Ketiga kota tersebut dipilih karena memiliki kawasan sejarah yang aktif digunakan sebagai rute *walking tour* dan memungkinkan terjadinya interaksi sosial yang intens antara pemandu dan peserta. Kawasan Braga-Asia Afrika di Bandung, Kota Tua dan Sunda Kelapa di Jakarta, serta Kota Lama Semarang menjadi ruang wisata

yang memperlihatkan dinamika komunikasi, storytelling, dan pengalaman wisata berbasis sejarah kota.

Partisipan penelitian terdiri atas 21 informan yang terlibat langsung dalam aktivitas *walking tour*, meliputi pemandu wisata (*tour guide*) dan peserta tur. Pemilihan partisipan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif partisipan dalam kegiatan *walking tour* serta kemampuan mereka dalam memberikan informasi sesuai fokus penelitian (Andriani et al., 2025; Firmansyah & Dede, 2022). Partisipan berasal dari tiga kota penelitian, yaitu Bandung, Jakarta, dan Semarang.

Tabel 1. Data partisipan

No	Nama	Kategori	Domisili
1	Ifah	Guide	Bandung
2	Prima	Guide	Bandung
3	Mirdha	Guide	Bandung
4	Faza	Peserta	Bandung
5	Heni	Peserta	Bandung
6	Wina	Peserta	Bandung
7	Nadia	Peserta	Bandung
8	Debby	Peserta	Bandung
9	Mifta	Peserta	Bandung
10	Gita	Peserta	Bandung
11	Luluk	Peserta	Bandung
12	Riki	Guide	Jakarta
13	Amel	Guide	Jakarta
14	Khrisna	Peserta	Jakarta
15	Hisyam	Peserta	Jakarta
16	Yuliana	Peserta	Jakarta
17	Riang	Guide	Semarang
18	Fabio	Guide	Semarang
19	Martinus	Peserta	Semarang
20	Nabila	Peserta	Semarang
21	Kezia	Peserta	Semarang

Sumber: Data penelitian, 2025.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi (Alhamid & Anufia, 2019; Raharjo, 2008; Rizky Fadilla & Ayu Wulandari, 2023). Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pemaknaan partisipan terhadap interaksi yang terjadi selama kegiatan *walking tour*. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung proses tur, termasuk pola komunikasi pemandu, respons peserta, suasana kelompok, serta dinamika sosial yang muncul selama perjalanan wisata berlangsung. Dokumentasi berupa foto kegiatan, catatan lapangan, dan arsip komunitas digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulatif guna memperoleh data yang lebih mendalam dan kredibel (Sugiyono, 2023).

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang terlibat langsung dalam proses pengumpulan dan interpretasi data. Untuk mendukung proses penelitian, peneliti menggunakan pedoman wawancara, alat perekam seperti handphone, dan catatan lapangan sebagai instrumen pendukung. Posisi peneliti sebagai instrumen utama memungkinkan proses penggalian data berlangsung lebih fleksibel

dan menyesuaikan dinamika interaksi di lapangan (Sugiyono, 2023).

Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 2018; Umrati & Wijaya, 2020). Data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terlebih dahulu dikodekan dan dikelompokkan berdasarkan tema-tema penelitian, seperti pola komunikasi, storytelling, keterlibatan peserta, dan pengalaman wisata. Kemudian, data disajikan dalam bentuk narasi tematik untuk melihat hubungan antara interaksi pemandu dan peserta dan pembentukan pengalaman wisata kota. Tahap akhir dilakukan melalui interpretasi data dan penarikan kesimpulan berdasarkan pola-pola yang ditemukan selama penelitian berlangsung.

Untuk menjaga kredibilitas data, penelitian menerapkan triangulasi sumber dan teknik, *member check*, serta diskusi dengan rekan sejawat (Dyah Budiastuti, 2018). Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memastikan konsistensi data. *Member check* dilakukan dengan meminta konfirmasi partisipan terhadap hasil wawancara agar interpretasi peneliti tetap sesuai dengan pengalaman partisipan. Langkah tersebut penting

dilakukan untuk meningkatkan validitas dan kepercayaan terhadap hasil penelitian kualitatif (Sugiyono, 2020).

Penelitian ini juga memperhatikan aspek etika penelitian melalui penerapan *informed consent*, kerahasiaan identitas partisipan, serta transparansi dalam penyajian data penelitian. Seluruh partisipan diberikan penjelasan mengenai tujuan dan prosedur penelitian sebelum wawancara dan observasi dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Interaksi Pemandu dan Peserta dalam *Walking Tour*

Analisis data dilakukan terhadap hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan pemandu serta peserta *walking tour* di Bandung, Jakarta, dan Semarang. Seluruh data ditranskripsikan secara verbatim dan dianalisis menggunakan perangkat lunak NVivo melalui proses pengkodean, kategorisasi, dan identifikasi tema utama. Hasil analisis menunjukkan bahwa interaksi pemandu dan peserta menjadi tema paling dominan dibandingkan tema lainnya, diikuti oleh pembentukan pengalaman wisata, storytelling, persepsi peserta, serta karakteristik kota heritage.



Gambar 1. Diagram Proporsi Tema Hasil Analisis Nvivo

Sumber: Data diolah, 2026

Dominasi tema interaksi pemandu dan peserta menunjukkan bahwa pengalaman wisata dalam *walking tour* tidak hanya dipengaruhi oleh lokasi wisata yang dikunjungi, tetapi terutama oleh kualitas komunikasi dan hubungan sosial yang terbentuk selama perjalanan berlangsung (Anggun Wijayanti et al., 2024). Temuan ini memperlihatkan bahwa *walking tour* lebih dekat dengan konsep *experiential tourism*, di mana pengalaman wisata dibangun melalui keterlibatan aktif wisatawan dalam proses interaksi sosial.

Visualisasi *word cloud* hasil wawancara juga memperlihatkan dominasi kata “pengalaman”, “pemandu”, “walking”, dan “interaksi”. Intensitas kemunculan kata-kata tersebut menunjukkan bahwa peserta lebih banyak memaknai *walking tour* sebagai pengalaman sosial dan emosional dibandingkan sekadar wisata sejarah kota.



Gambar 4. Wawancara Penelitian bersama Pemandu Walking Tour Bandung

Dokumentasi pada Gambar diatas menunjukkan proses wawancara mendalam yang dilakukan peneliti bersama Ifah selaku pemandu *walking tour* di Bandung. Wawancara dilakukan sebagai bagian dari proses pengumpulan data penelitian mengenai interaksi pemandu dan peserta dalam pembentukan pengalaman wisata pada kegiatan *walking tour*. Proses wawancara dilakukan secara semi-terstruktur sehingga memungkinkan informan menjelaskan pengalaman, strategi komunikasi, serta dinamika interaksi yang muncul selama pelaksanaan tur. Dokumentasi lapangan ini memperlihatkan bahwa penelitian dilakukan secara langsung melalui keterlibatan peneliti dengan partisipan dalam konteks alami kegiatan wisata.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa interaksi dalam *walking tour* bersifat dialogis dan partisipatif. Bentuk interaksi yang dominan berupa tanya jawab, diskusi ringan,

humor, serta respons spontan terhadap cerita yang disampaikan pemandu. Amelia, pemandu Jakarta, menjelaskan bahwa “kalau ideal biasanya saya tanya jawab, jadi lebih interaktif”. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa dialog menjadi strategi utama untuk menjaga keterlibatan peserta selama tur berlangsung.

Interaksi juga dibangun secara sadar sejak awal kegiatan melalui tahap perkenalan dan *ice breaking*. Strategi tersebut dilakukan untuk mengurangi jarak sosial antar peserta sekaligus menciptakan suasana yang lebih cair (Guillen & Dela Santa, 2025). Amelia menjelaskan bahwa peserta umumnya berasal dari latar belakang berbeda sehingga proses perkenalan penting dilakukan agar peserta merasa nyaman untuk berinteraksi. Dalam perspektif interaksionisme simbolik, tahap awal tersebut menjadi proses pembentukan makna sosial yang memungkinkan peserta mulai merasa menjadi bagian dari kelompok wisata.

Interaksi dalam *walking tour* juga bersifat adaptif. Pemandu menyesuaikan gaya komunikasi berdasarkan usia, karakter, dan respons peserta (Lastari & Nurhayati, 2025). Fabio, pemandu Semarang, menyampaikan bahwa “cara memandu itu menyesuaikan zaman dan generasi, tergantung usia dan gender”. Penyesuaian tersebut menunjukkan bahwa pemandu tidak

hanya bertindak sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi yang menjaga dinamika sosial kelompok selama perjalanan berlangsung.

Pada beberapa sesi *walking tour*, peserta terlihat spontan menghentikan langkah untuk mendiskusikan cerita mengenai sejarah bangunan kolonial atau dinamika sosial kota yang disampaikan pemandu. Situasi tersebut menunjukkan bahwa interaksi tidak hanya berlangsung dalam bentuk penyampaian informasi, tetapi berkembang menjadi ruang dialog yang membentuk keterlibatan peserta terhadap ruang kota. Peserta tidak lagi berada pada posisi sebagai wisatawan pasif, melainkan menjadi bagian dari proses produksi pengalaman wisata (Nugroho et al., 2025).

Selain interaksi antara pemandu dan peserta, hubungan sosial antar peserta juga turut membentuk pengalaman wisata. Selama kegiatan berlangsung, peserta saling berdiskusi, berbagi pengalaman, dan memberikan respons terhadap cerita yang disampaikan pemandu (Priliantini et al., 2023). Interaksi tersebut menciptakan rasa kebersamaan dan memperkuat keterlibatan emosional peserta selama mengikuti *walking tour*. Pengalaman wisata kemudian tidak hanya bersifat individual, tetapi juga terbentuk melalui dinamika sosial kelompok

yang berkembang sepanjang perjalanan wisata.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Hu et al. (2024) yang menjelaskan bahwa interaksi antara pemandu dan wisatawan mampu membangun kedekatan emosional dan keterlibatan peserta dalam aktivitas wisata (Hu et al., 2024). Penelitian Agustiani et al. (2025) juga menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi dan empati pemandu memiliki pengaruh penting terhadap pengalaman wisatawan selama mengikuti kegiatan wisata (Agustiani et al., 2025). Sementara itu, Pusparani et al. (2025) menegaskan bahwa kualitas komunikasi pemandu menjadi faktor utama dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan (Pusparani et al., 2025).

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa interaksi dalam *walking tour* tidak hanya berfungsi meningkatkan kepuasan wisatawan, tetapi juga membentuk pengalaman sosial dan emosional peserta melalui komunikasi yang berlangsung secara kolektif selama perjalanan wisata. Pengalaman wisata dalam *walking tour* terbentuk melalui proses interaksi sosial yang berlangsung secara berkelanjutan, di mana pemandu dan peserta secara bersama-sama membangun makna terhadap ruang kota yang dikunjungi.

Narasi dan *Storytelling* dalam Pembentukan Pengalaman Wisata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa narasi dan *storytelling* menjadi komponen utama dalam pembentukan pengalaman wisata selama *walking tour*. Narasi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi sejarah kota, tetapi juga sebagai sarana untuk menghidupkan ruang dan lokasi yang dikunjungi (Pratiwi et al., 2024). Melalui *storytelling*, pemandu mengubah ruang fisik kota menjadi ruang yang memiliki makna sosial dan emosional bagi peserta.

Narasi dalam *walking tour* disampaikan secara berurutan mengikuti rute perjalanan yang telah ditentukan. Setiap titik pemberhentian memiliki cerita tersendiri yang saling terhubung dan membentuk alur cerita yang utuh. Pendekatan tersebut membantu peserta memahami kota bukan sekadar kumpulan bangunan atau objek wisata, tetapi sebagai ruang hidup yang memiliki sejarah, perubahan sosial, dan identitas budaya (Pasaribu et al., 2022).

Pemandu memandang dirinya bukan hanya sebagai penyampai fakta, tetapi sebagai *storyteller* yang bertugas mengemas informasi agar mudah dipahami dan menarik bagi peserta (Pasaribu et al., 2022). Amelia, pemandu Jakarta, menjelaskan bahwa “sebenarnya kalau tour guide sebagai agent itu menyebutkan *storyteller*”. Pernyataan

tersebut menunjukkan bahwa inti aktivitas *walking tour* terletak pada kemampuan pemandu membangun narasi yang komunikatif dan relevan dengan pengalaman peserta.

Storytelling dibangun melalui proses kurasi informasi yang dilakukan pemandu sebelum kegiatan berlangsung. Amelia menjelaskan bahwa sumber informasi terlebih dahulu difilter dan diverifikasi sebelum disampaikan kepada peserta. Temuan ini menunjukkan bahwa *storytelling* dalam *walking tour* tidak hanya mengandalkan kemampuan berbicara, tetapi juga dibangun di atas upaya menjaga validitas informasi agar narasi yang disampaikan tetap kredibel dan dapat dipercaya.

Pemandu juga mengembangkan gaya bercerita yang variatif agar narasi tidak bersifat monoton. Narasi disampaikan melalui kombinasi humor, analogi, perubahan intonasi suara, dan penyesuaian emosional sesuai jenis cerita yang dibawakan. Fabio, pemandu Semarang, menjelaskan bahwa “kita bisa pakai analogi, humornya ada, seriusnya ada, kalau tragedi kita sedikit tone down”. Strategi tersebut memperlihatkan bahwa *storytelling* dalam *walking tour* bersifat performatif dan emosional, sehingga peserta dapat lebih

mudah membangun keterikatan terhadap cerita yang disampaikan.

Penyesuaian narasi juga dilakukan berdasarkan karakter peserta. Ifah, pemandu Bandung, menjelaskan bahwa peserta dengan latar akademik biasanya diberikan informasi yang lebih mendalam, sedangkan komunitas umum lebih tertarik pada *fun fact* dan cerita ringan. Temuan ini menunjukkan bahwa *storytelling* dalam *walking tour* bersifat fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan peserta, sehingga pengalaman wisata yang terbentuk menjadi lebih personal dan relevan.

Dalam beberapa situasi, peserta juga turut memengaruhi alur narasi melalui pertanyaan, komentar, atau tambahan cerita yang mereka miliki. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa *storytelling* dalam *walking tour* bukan proses komunikasi satu arah, melainkan proses kolaboratif yang dibangun bersama antara pemandu dan peserta. Narasi kemudian berkembang menjadi ruang pertukaran pengalaman dan pengetahuan selama perjalanan wisata berlangsung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Tiofanny dan Ardiansyah (2024) yang menunjukkan bahwa interpretasi dan cara penyampaian cerita oleh pemandu berpengaruh terhadap pengalaman wisata peserta (Tiofanny & Ardiansyah, 2024). Penelitian Hu et al. (2024) juga menjelaskan

bahwa narasi dan komunikasi interpersonal mampu membangun keterlibatan emosional wisatawan terhadap ruang wisata yang dikunjungi (Hu et al., 2024). Penelitian ini menunjukkan bahwa *storytelling* dalam *walking tour* tidak hanya memperkuat pemahaman sejarah kota, tetapi juga membentuk pengalaman sosial dan emosional peserta melalui proses komunikasi yang berlangsung secara partisipatif.

Narasi dan *storytelling* dalam *walking tour* berfungsi sebagai mekanisme interpretatif yang membantu peserta memahami kota melalui pengalaman ruang secara langsung. Melalui narasi yang komunikatif, adaptif, dan partisipatif, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga membangun keterikatan emosional terhadap kota yang dikunjungi.

Persepsi Peserta terhadap Pengalaman *Walking Tour*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta memersepsikan *walking tour* sebagai pengalaman wisata yang berbeda dari wisata kota konvensional. *Walking tour* tidak dipahami sekadar sebagai aktivitas berjalan kaki sambil mendengarkan penjelasan sejarah, tetapi sebagai pengalaman yang melibatkan keterlibatan aktif, interaksi sosial, dan pemaknaan terhadap ruang kota yang dikunjungi.

Peserta memersepsikan pengalaman *walking tour* sebagai pengalaman yang lebih personal dan dekat dibandingkan bentuk wisata lainnya (Widiuseno & Sudarsih, 2023). Hal tersebut terlihat dari perubahan sikap peserta selama perjalanan berlangsung, dari yang awalnya pasif menjadi lebih aktif bertanya dan berdiskusi. Amelia menjelaskan bahwa “pengalaman masing-masing peserta itu berbeda, tapi kita berusaha memberikan pengalaman positif dan berkesan”. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman wisata dipersepsikan secara subjektif oleh peserta, tetapi dibentuk melalui interaksi dan pendekatan yang dilakukan pemandu.

Selain sebagai pengalaman sosial, *walking tour* juga dipersepsikan sebagai sarana memperoleh pengetahuan baru dengan cara yang lebih menyenangkan dan mudah dipahami. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi ketika memperoleh informasi yang sebelumnya tidak mereka ketahui. Situasi tersebut menunjukkan bahwa unsur kebaruan dalam *storytelling* memiliki kontribusi besar dalam membangun persepsi positif terhadap pengalaman wisata (Yuliarti et al., 2021).

Peserta juga memersepsikan *walking tour* sebagai pengalaman yang membangun kedekatan sosial. Interaksi yang cair membuat peserta merasa lebih nyaman dan terbuka selama perjalanan berlangsung.

Fabio menjelaskan bahwa melalui komunikasi yang santai, peserta dapat merasa “lebih dekat dengan pemandu, seperti teman jalan bareng”. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas hubungan interpersonal menjadi bagian penting dalam membentuk pengalaman wisata yang berkesan.

Dalam beberapa situasi, peserta turut berpartisipasi aktif dalam proses pembentukan pengalaman wisata melalui pertanyaan, komentar, maupun tambahan cerita yang mereka miliki (Zhenbin et al., 2025). Ifah menjelaskan bahwa peserta sering kali menambahkan cerita yang membuat suasana tur menjadi lebih hidup. Situasi ini memperlihatkan bahwa pengalaman wisata dalam *walking tour* bersifat partisipatif dan dibangun secara kolektif antara pemandu dan peserta.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa peserta tidak lagi berada pada posisi sebagai konsumen wisata pasif, tetapi menjadi bagian dari proses pembentukan pengalaman wisata secara kolektif. Temuan tersebut memperkuat konsep *co-creation experience* dalam pariwisata, di mana pengalaman wisata terbentuk melalui keterlibatan aktif wisatawan dalam proses interaksi dan komunikasi selama aktivitas wisata berlangsung.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Hu et al. (2024) yang menjelaskan bahwa

keterlibatan emosional wisatawan dipengaruhi oleh kualitas interaksi dan komunikasi selama kegiatan wisata (Hu et al., 2024). Penelitian Pusparani et al. (2025) turut menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang berkesan terbentuk melalui komunikasi interpersonal yang mampu menciptakan kedekatan emosional antara pemandu dan wisatawan (Pusparani et al., 2025).

Peserta memersepsikan *walking tour* sebagai pengalaman wisata yang edukatif, interaktif, dan bermakna. Pengalaman tersebut tidak hanya memberikan pengetahuan baru mengenai kota yang dikunjungi, tetapi juga membangun hubungan sosial, keterlibatan emosional, dan pengalaman kolektif yang membedakan *walking tour* dari bentuk wisata kota lainnya.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi antara pemandu dan peserta menjadi elemen utama dalam pembentukan pengalaman wisata pada aktivitas *walking tour*. Interaksi yang berlangsung secara dialogis, partisipatif, dan adaptif mampu menciptakan keterlibatan sosial serta kedekatan emosional antara peserta dan ruang kota yang dikunjungi. Pengalaman wisata tidak hanya dibentuk melalui destinasi atau informasi sejarah yang disampaikan, tetapi juga melalui dinamika komunikasi,

humor, diskusi, dan hubungan interpersonal yang berkembang selama perjalanan wisata berlangsung.

Narasi dan *storytelling* juga berperan penting dalam membangun pengalaman wisata yang lebih hidup dan bermakna. Pemandu tidak hanya bertindak sebagai penyampai informasi, tetapi sebagai *storyteller* yang menghubungkan sejarah, ruang kota, dan pengalaman peserta melalui narasi yang komunikatif, emosional, dan partisipatif. Proses tersebut memungkinkan peserta memaknai kota bukan hanya sebagai ruang fisik, melainkan sebagai ruang sosial yang dipenuhi cerita, memori, dan pengalaman kolektif.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa peserta tidak lagi berada pada posisi sebagai wisatawan pasif, tetapi turut menjadi bagian dari proses pembentukan pengalaman wisata secara kolektif. Penelitian ini memperkuat konsep *co-creation experience* dalam pariwisata sekaligus menunjukkan bahwa pengalaman wisata dalam *walking tour* terbentuk melalui proses interaksi sosial yang berkelanjutan antara pemandu, peserta, dan ruang kota. State of the art penelitian ini terletak pada upaya menempatkan interaksi pemandu dan peserta sebagai proses sosial yang membentuk pengalaman wisata secara emosional, partisipatif, dan kolektif dalam konteks *walking tour* perkotaan di Indonesia.

Secara teoritis, penelitian ini memperluas kajian interaksionisme simbolik dalam konteks pariwisata perkotaan dengan menunjukkan bahwa pengalaman wisata terbentuk melalui pertukaran makna selama proses komunikasi berlangsung. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi komunitas *walking tour*, pemandu wisata, dan pengelola wisata kota dalam mengembangkan pola komunikasi, teknik *storytelling*, serta strategi interaksi yang mampu menciptakan pengalaman wisata yang lebih interaktif, personal, dan berkesan bagi peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, I. N., Mulyana, H., & Maharani, Y. (2025). Analisis Pengalaman Wisatawan dalam Berinteraksi dengan Pemandu Lokal di Desa Wisata Situs Gunung Padang. *Tourism Scientific Journal*, 10(2). <https://doi.org/10.32659/tsj.v10i2.442>
- Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). RESUME: INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA. *Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). Resume: Instrumen Pengumpulan Data. Sorong: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN)*.
- Andriani, D., Maritasari, D. B., Laela, I., & Husnadia, S. (2025). Pemilihan Teknik Sampling yang Tepat Dalam Penelitian Kualitatif: Literature Review. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(4). <https://doi.org/10.54373/imeij.v6i4.3783>
- Anggun Wijayanti, Supaijo Supaijo, & Weny Rosilawati. (2024). Pengaruh Storytelling Marketing, Brand Trust dan Price Terhadap Purchase Intention Produk Skintific pada Aplikasi Belanja Online Shopee dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, 1(4). <https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i4.305>
- Azizah, L. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Perspektif Islam Menggunakan Metode Analisis SWOT Halal Tourism (Studi Pada Destinasi Bromo Tengger Tosari Pasuruan). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2).
- Dyah Budiastuti, A. B. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian Dilengkapi Analisis dengan NVIVO, SPSS, dan AMOS. In *Mitra Wacana Media*.
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2). <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Guillen, M. D. V., & Dela Santa, E. (2025). Walking tours: A tool for advocacy and neighborhood recreation and tourism appreciation. *Asian Transport Studies*, 11. <https://doi.org/10.1016/j.eastsj.2025.100160>
- Hu, C., Hu, X., & Liu, H. (2024). Making friends with tourists before the group tour: A study of guide-tourist pre-tour interactions based on the social situation framework. *International Journal of Tourism Research*, 26(4). <https://doi.org/10.1002/jtr.2704>
- Hurombo, B., Vakira, E., & Shereni, N. C. (2024). Tourist Perceptions of Tour Guide Competencies to Co-create Memorable Tourism Experiences. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 13(4). <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.556>
- Lastari, K. K., & Nurhayati, I. K. (2025). Kompetensi Komunikasi Pemandu Wisata dalam Aktivitas Wisata Religi

- di Masjid Al-Jabbar Bandung. *Avant Garde*, 13(1).
<https://doi.org/10.36080/ag.v13i1.3704>
- Miles, M. B., & Huberman, M. A. (2018). *Qualitative data analysis*.
https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=46.%09Miles%2C+M.+B.%2C+%26+Huberman%2C+A.+M.+%282018%29.+Qualitative+data+analysis.+UI+Press.&btnG=
- Nugroho, S., Rizqiyah, F., Sulistyandari, U., Soemardiono, B., Kharismawan, R., Mahendra, A. S., Ramadhani, I. D. B., & Audina, S. Z. (2025). Peningkatan Kualitas Walking Tour Kampung Sejarah Peneleh sebagai bagian Pariwisata Berkelanjutan. *Sewagati*, 9(2).
<https://doi.org/10.12962/j26139960.v9i2.2427>
- Pasaribu, A. W., Ginting, J. A., & Andriani, N. N. (2022). TOURISM STORYTELLING, DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PERILAKU WISATA DI KAWASAN DANAU TOBA KABUPATEN SAMOSIR, SUMATERA UTARA. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 16(1).
<https://doi.org/10.47608/jki.v16i12022.77-85>
- Pratiwi, D. P., Firmansyah, O., Gayatri, S., Hawa, A. M., & Muhajir, A. (2024). Berwisata Karena Cerita: Strategi Branding Cerita Rakyat Terhadap Destinasi Wisata di Sumatera Barat Indonesia. *Bahastra: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(2).
<https://doi.org/10.30743/bahastra.v8i2.8174>
- Priliantini, A., Rahmanto, A. N., Yuliarti, M. S., Naini, A. M. I. N., Hendriyani, C. T., & Anshori, M. (2023). Konstruksi Storytelling pada Objek Wisata di Kawasan Solo Raya. *Jurnal Panrita Abdi*, 7(2).
- Pusparani, P., Rachman, A. F., Hutagalung, M. H., Boediman, S. F., & Enggriani, M. (2025). The Role of Tour Guides in Enhancing Tourist Experience and Satisfaction at Taman Mini Indonesia Indah Jakarta. *TRJ Tourism Research Journal*, 9(1).
<https://doi.org/10.30647/trj.v9i1.275>
- Raharjo, M. (2008). Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. *Animal Genetics*, 39(5).
- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3).
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian - Syafrida Hafni Sahir - Google Buku. In *Penerbit Kbm Indonesia*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Tiofanny, M. A., & Ardiansyah, I. (2024). Pengaruh Interpretasi Pramuwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Dalam Mengikuti Paket Walking Tour Kota Tua Ole DISPAREKRAF Jakarta. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(2).
- Umrati, & Wijaya, Hengki. (2020). Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan. In *Sekolah Tinggi Teologia Jaffray* (Number August).
- Widuseno, I., & Sudarsih, S. (2023). Pemberdayaan Kegiatan Walking Tour Dan Penguatan Karakter Generasi Muda Di Kota Semarang. *Jurnal "HARMONI,"* 7.
- Yuliarti, M. S., Rahmanto, A. N., Priliantini, A., Naini, A. M. I., Anshori, M., & Hendriyani, C. T. (2021). Storytelling of Indonesia Tourism Marketing in Social Media: Study of Borobudur and Danau Toba Instagram Account. *Jurnal Komunikasi*, 13(1).
<https://doi.org/10.24912/jk.v13i1.9209>

Zhenbin, W., Hui, Z., Chaoyi, C.,
Ramachandran, S., & Iqbal, A. (2025).
The formation of tourists' behavioral
intention in City Walk in Malaysia
through the embodiment perspective.

Acta Psychologica, 260.
<https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105496>