



PEMBERDAYAAN PEMANDU WISATA DI KOTA HO CHI MINH, VIETNAM

Agus Darma Yoga Pratama¹, I Nyoman Kardana², I Made Astu Mahayana³, Ni Made Rai Juniariani⁴

Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia

agusdarmayoga85@yahoo.com¹, ikardana@yahoo.com², astumahayana@gmail.com³,

raijuniari@gmail.com⁴

Abstrak

Keterampilan komunikasi yang baik dalam Bahasa Indonesia sangat penting bagi pemandu wisata di Ho Chi Minh, Vietnam, untuk menjelaskan sejarah, budaya, dan keunikan lokal kepada wisatawan Indonesia. Namun, variasi Bahasa Indonesia, termasuk bahasa informal dan gaul, sering menjadi tantangan yang menghambat komunikasi. Untuk mengatasi hal ini, program pelatihan intensif dan pengembangan materi bahasa Indonesia untuk pemandu wisata di *Golden Saigon Travel* dilaksanakan. Program ini mencakup pelatihan bahasa formal dan informal, serta pemahaman budaya lokal. Hasilnya, program ini meningkatkan keterampilan komunikasi pemandu wisata, mengurangi miskomunikasi, dan mendorong pengalaman wisata yang lebih baik bagi wisatawan Indonesia, sehingga berdampak positif pada daya tarik pariwisata lokal.

Kata Kunci: *Pelatihan Bahasa, Pemberdayaan Pemandu Wisata, Komunikasi Lintas Budaya.*

Abstract

Effective communication skills in Bahasa Indonesia are essential for tour guides in Ho Chi Minh City, Vietnam, to explain local history, culture and uniqueness to Indonesian tourists. However, the variety of Indonesian, including informal language and slang, is often a challenge that hinders communication. To address this, an intensive training program and Indonesian language material development for tour guides at Golden Saigon Travel was implemented. The program included formal and informal language training, as well as understanding of local culture. As a result, the program improved the tour guides' communication skills, reduced miscommunication, and promoted a better travel experience for Indonesian tourists, thus positively impacting the attractiveness of local tourism.

Keywords: *Cross-cultural Communication, Empowerment of Tour guides, Language Training.*

I. PENDAHULUAN

Pemandu wisata adalah individu yang memiliki pengetahuan mendalam tentang suatu destinasi wisata dan bertugas untuk memberikan panduan, informasi, serta pengalaman yang berkesan bagi wisatawan (Lestari dkk., 2022). Peran mereka sangat krusial dalam memastikan wisatawan mendapatkan pengalaman yang informatif, aman, dan menyenangkan selama perjalanan (Herienda dkk., 2024).

Sebagai jembatan antara wisatawan dan destinasi yang dikunjungi, pemandu wisata tidak hanya bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat mengenai sejarah, budaya, serta keunikan suatu tempat, tetapi juga membantu wisatawan memahami norma sosial dan adat istiadat setempat. Selain itu, mereka berperan dalam menjaga kenyamanan dan keamanan wisatawan selama perjalanan, memberikan rekomendasi kuliner atau tempat menarik, serta membantu menangani kendala yang mungkin muncul, seperti perbedaan bahasa atau kebutuhan logistik.

Di tengah meningkatnya mobilitas wisatawan, baik di dalam negeri maupun mancanegara, keterampilan komunikasi menjadi aspek penting bagi pemandu wisata (Abni dkk., 2024). Kemampuan berbahasa yang baik, khususnya dalam bahasa Indonesia, sangat diperlukan untuk memastikan

penyampaian informasi yang jelas dan efektif (Andreas Riki Daniel Sihombing dkk., 2024). Penguasaan bahasa yang baik juga memungkinkan pemandu wisata untuk beradaptasi dengan berbagai jenis wisatawan, menyampaikan cerita dengan cara yang menarik, serta menjawab pertanyaan wisatawan dengan lebih percaya diri dan profesional (Ramadhan dkk., 2024).

Oleh karena itu, pengembangan keterampilan bahasa, khususnya dalam variasi bahasa Indonesia, seperti bahasa formal dan informal, bahasa baku dan tidak baku, serta ekspresi yang sering digunakan wisatawan, menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan pemandu wisata (Sutarma & Sadia, 2013). Dengan keterampilan bahasa yang mumpuni, mereka dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih imersif, meningkatkan kepuasan wisatawan, serta berkontribusi terhadap perkembangan sektor pariwisata secara keseluruhan.

Bahasa Indonesia merupakan alat komunikasi utama bagi wisatawan domestik, baik yang berwisata di dalam negeri maupun di luar negeri (Yukuri dkk., 2024). Kemampuan berbahasa Indonesia yang baik menjadi faktor kunci bagi pemandu wisata dalam menyampaikan informasi secara jelas dan efektif, terutama dalam menjelaskan sejarah, budaya, serta keunikan suatu daerah kepada wisatawan (Radjasa dkk., 2024).

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) dalam pemberdayaan pemandu wisata melalui penguatan keterampilan berbahasa Indonesia bertujuan untuk meningkatkan kompetensi mereka dalam berkomunikasi. Dengan penguasaan bahasa yang lebih baik, pemandu wisata dapat memberikan pelayanan yang lebih profesional, menciptakan pengalaman wisata yang lebih menarik, serta membangun interaksi yang lebih erat dengan wisatawan.

Selain meningkatkan keterampilan bahasa, program ini juga berfokus pada pengayaan wawasan pemandu wisata mengenai sejarah, budaya, atraksi wisata, serta produk lokal yang relevan. Dengan demikian, mereka tidak hanya mampu menyampaikan informasi dengan lebih baik, tetapi juga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada wisatawan, sehingga pengalaman wisata menjadi lebih bermakna dan berkesan.

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Universitas Warmadewa bekerja sama dengan pemandu wisata di Ho Chi Minh, Vietnam, untuk meningkatkan keterampilan berbahasa Indonesia mereka. Di kota Ho Chi Minh, menjadi pemandu wisata merupakan profesi yang menarik, tetapi juga penuh tantangan, terutama bagi mereka yang ingin berkomunikasi dengan wisatawan dari Indonesia. Kemampuan dasar berbahasa Indonesia saja sering kali tidak cukup, mengingat wisatawan Indonesia menggunakan berbagai variasi bahasa dalam percakapan sehari-hari, termasuk bahasa formal, informal, slang, serta bahasa gaul yang berkembang seiring waktu (Pamungkas, 2012).

Untuk menjawab tantangan ini, tim PKM mengadakan program pelatihan yang berfokus pada penggunaan variasi Bahasa Indonesia dalam konteks pariwisata. Pelatihan ini mencakup pemahaman dan penggunaan bahasa formal dan informal, bahasa baku dan tidak baku, serta istilah-istilah khas yang sering digunakan oleh wisatawan Indonesia. Setiap daerah di Indonesia memiliki cara unik dalam menyapa orang lain, yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya. Misalnya:

- Bali: "Bli" untuk kakak laki-laki dan "Gek" untuk perempuan.
- Betawi: "Abang" untuk laki-laki dan "Mpok" untuk perempuan.
- Sunda: "Akang" untuk laki-laki dan "Teteh" untuk perempuan.

Agar tidak menimbulkan kesan eksklusif, pemandu wisata dapat menggunakan sapaan yang lebih umum, seperti "Kakak", yang dapat digunakan untuk pria maupun wanita dan lebih mudah dipahami oleh wisatawan dari berbagai daerah.

Selain sapaan, pemandu wisata juga perlu memahami slang yang sering digunakan wisatawan Indonesia, seperti:

- "Bro." Panggilan santai untuk laki-laki.
- "Nongkrong." Berkumpul atau menghabiskan waktu bersama teman.
- "Mager." Malas gerak atau enggan melakukan aktivitas.

Pemahaman terhadap variasi bahasa ini akan membantu pemandu wisata dalam menciptakan komunikasi yang lebih natural dan interaktif dengan wisatawan Indonesia. Dengan pendekatan yang lebih fleksibel dan kontekstual, wisatawan akan merasa lebih nyaman dan mendapatkan pengalaman wisata yang lebih berkesan.

Pengabdian ini berfokus pada pemandu wisata (*tour guide*) dari agensi travel *Golden Saigon Travel* dengan tujuan meningkatkan keterampilan dan pemahaman mereka dalam menggunakan variasi Bahasa Indonesia. Program ini bertujuan untuk membantu pemandu wisata dalam menyampaikan informasi tentang destinasi wisata dengan lebih jelas, menarik, dan sesuai dengan gaya bahasa yang digunakan oleh wisatawan Indonesia. Selain itu, peningkatan kemampuan berbahasa ini juga diharapkan dapat memperkaya pengalaman wisata bagi para wisatawan, menciptakan komunikasi yang lebih efektif, serta meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.



Gambar 1. Peta Lokasi Golden Saigon Travel

Golden Saigon Travel adalah agen perjalanan wisata yang berbasis di Ho Chi Minh City, Vietnam, dan berfokus pada layanan pemandu wisata berbahasa Indonesia bagi wisatawan asal Indonesia yang berkunjung ke Vietnam (Nguyen dkk., 2021). Ho Chi Minh City, yang sebelumnya dikenal sebagai Saigon, merupakan salah satu kota terbesar dan tersibuk di Vietnam dengan daya tarik wisata yang kaya akan sejarah, budaya, dan kuliner. Sebagai mitra yang terpercaya, *Golden Saigon Travel* menyediakan pemandu wisata profesional yang tidak hanya fasih berbahasa Indonesia tetapi juga memiliki pemahaman mendalam tentang berbagai destinasi wisata di Vietnam. Adapun profil mitra pengabdian masyarakat yang dilaksanakan, yaitu,

- Nama Usaha: *Golden Saigon Travel*
- Pemilik: Thomas Nguyen
- Tahun Berdiri: 2017
- Jumlah Tenaga Kerja: 6
- Alamat: 207/17 Le Van Sy, District 3, Ho Chi Minh City, Vietnam

Golden Saigon Travel berkomitmen untuk memberikan pengalaman wisata yang berkualitas dengan layanan yang ramah, profesional, dan informatif. Para wisatawan dapat mengandalkan agen perjalanan ini untuk mendapatkan panduan yang jelas, penjelasan yang menarik, serta perhatian terhadap detail di setiap tahap perjalanan mereka.

Namun, dalam praktiknya, pemandu wisata di *Golden Saigon Travel* masih menghadapi beberapa kendala dalam berkomunikasi dengan wisatawan Indonesia. Salah satu permasalahan utama adalah keterbatasan dalam memahami dan menggunakan variasi Bahasa Indonesia yang sering digunakan oleh wisatawan. Pemandu wisata belum terbiasa dengan perbedaan bahasa formal dan informal, penggunaan bahasa baku dan tidak baku, serta slang atau bahasa gaul yang umum digunakan oleh wisatawan Indonesia. Akibatnya, terkadang terjadi kesalahpahaman atau kurangnya kedekatan dalam interaksi antara pemandu wisata dan wisatawan.

Selain itu, pemandu wisata juga mengalami kesulitan dalam memilih kosakata yang tepat sesuai dengan konteks komunikasi di sektor pariwisata. Ketika wisatawan Indonesia menggunakan bahasa yang lebih santai atau istilah daerah tertentu, pemandu wisata sering kali kurang memahami makna yang dimaksud. Hal ini dapat memengaruhi efektivitas komunikasi serta kualitas pengalaman wisata yang diberikan.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dari Universitas Warmadewa telah melaksanakan program pengabdian di *Golden Saigon Travel*. Program

ini berfokus pada pengajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) dengan penekanan pada variasi Bahasa Indonesia yang lebih fleksibel dan sesuai dengan konteks pariwisata. Melalui program ini, pemandu wisata dilatih dalam penggunaan:

- Bahasa formal dan informal sesuai dengan situasi komunikasi
- Bahasa baku dan tidak baku untuk memahami berbagai gaya komunikasi wisatawan
- Slang dan bahasa gaul yang sering digunakan oleh wisatawan Indonesia, seperti "nongkrong" (berkumpul), "mager" (malas gerak), atau sapaan akrab seperti "bro"
- Istilah sapaan khas daerah yang umum digunakan, seperti "Bli" dan "Gek" di Bali, "Abang" dan "Mpok" di Betawi, serta "Akang" dan "Teteh" di Sunda

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para pemandu wisata di bawah naungan *Golden Saigon Travel* dapat meningkatkan keterampilan komunikasi mereka, memperkaya pengalaman wisatawan, dan memberikan layanan yang lebih profesional dan menyenangkan bagi wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Vietnam.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh tim PKM, terdapat beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh mitra, yaitu:

1. Pemandu wisata mengalami kesulitan dalam memahami variasi Bahasa Indonesia yang digunakan oleh wisatawan.
2. Pemandu wisata belum terbiasa memilih kosakata yang tepat sesuai dengan situasi dan konteks komunikasi di sektor pariwisata.

Dengan adanya program ini, diharapkan keterampilan berbahasa pemandu wisata dapat berkembang lebih baik, sehingga mereka dapat berkomunikasi secara lebih efektif dengan wisatawan Indonesia. Selain meningkatkan pengalaman wisatawan, peningkatan kompetensi bahasa ini juga dapat membantu pemandu wisata dalam memperluas peluang karier mereka di industri pariwisata global.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada mitra *Golden Saigon Travel* di Ho Chi Minh, Vietnam. Tahapan dalam pelaksanaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengajaran dan Pendampingan

Para pemandu wisata diberikan pelatihan komunikasi dalam bahasa Indonesia yang relevan dengan bidang pariwisata. Pembelajaran dilakukan melalui praktik langsung bersama pemandu wisata di Ho Chi Minh.

2. Pelatihan Pemandu Wisata

Pemandu wisata diberikan pelatihan intensif berdasarkan materi yang telah disiapkan. Pelatihan ini mencakup penggunaan bahasa Indonesia dalam berbagai konteks wisata serta peningkatan keterampilan komunikasi.

3. Implementasi Materi Ajar

Para peserta menerapkan keterampilan yang telah diperoleh dengan menjelaskan destinasi wisata populer di Ho Chi Minh, seperti Cu Chi Tunnel, The Independence Palace, Sungai Mekong, Saigon River Dinner, Saigon Central Post Office, dan Nguyen Hue.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dampak Ekonomi dan Sosial

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini memiliki dampak ekonomi dan sosial yang signifikan, terutama bagi industri pariwisata di Ho Chi Minh City, Vietnam. Dari segi ekonomi, implementasi variasi Bahasa Indonesia yang telah diajarkan kepada pemandu wisata di *Golden Saigon Travel* berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan wisata. Dengan kemampuan berkomunikasi yang lebih baik dan penggunaan bahasa yang lebih variatif, pemandu wisata dapat memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan dan informatif bagi wisatawan Indonesia. Kepuasan wisatawan yang meningkat akan mendorong mereka untuk merekomendasikan layanan *Golden Saigon Travel* kepada orang lain, sehingga memperluas pangsa pasar dan meningkatkan jumlah wisatawan yang menggunakan jasa agen perjalanan ini. Selain itu, kemudahan dalam berkomunikasi antara pemandu wisata dan wisatawan Indonesia memperlancar proses pengenalan objek wisata, menjadikan perjalanan lebih nyaman dan menyenangkan. Hal ini dapat mendorong peningkatan jumlah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Vietnam, terutama ke Ho Chi Minh City. Seiring dengan meningkatnya jumlah

wisatawan, pendapatan sektor pariwisata di Vietnam juga akan bertambah, memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi industri pariwisata lokal, termasuk hotel, restoran, dan sektor usaha lainnya yang terkait dengan pariwisata. Dari segi sosial, peningkatan kemampuan komunikasi pemandu wisata juga mempererat hubungan budaya antara Indonesia dan Vietnam, memperkuat pemahaman lintas budaya, serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih berkesan dan bermakna bagi para pelancong.

2. Kontribusi Mitra Terhadap Pelaksanaan

Kontribusi yang diberikan oleh mitra selama berlangsungnya Program Kemitraan Masyarakat (PKM) sangat mendukung kelancaran dan keberhasilan program ini. Golden Saigon Travel telah menunjukkan komitmennya dengan menyediakan fasilitas yang diperlukan untuk kegiatan pengajaran, seperti ruang kantor yang nyaman, meja, kursi, dan perlengkapan lainnya. Fasilitas ini memudahkan tim PKM dalam menyelenggarakan sesi pengajaran Bahasa Indonesia bagi Penutur Asing (BIPA) dengan efisien dan efektif. Selain itu, mitra juga berperan aktif dalam memberikan akomodasi berupa paket tur yang memungkinkan para pemandu wisata mempraktikkan materi yang telah diajarkan terkait variasi Bahasa Indonesia dalam konteks pariwisata. Dengan adanya fasilitas ini, para pemandu wisata dapat langsung mengaplikasikan keterampilan bahasa yang telah dipelajari, yang pada akhirnya dapat memperkaya pengalaman wisatawan dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh Golden Saigon Travel.

3. Faktor Penghambat

Selama pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini, terdapat beberapa faktor penghambat yang mempengaruhi kelancaran kegiatan. Pertama, lokasi mitra yang terletak jauh di Ho Chi Minh City, Vietnam, menjadi tantangan utama dalam koordinasi. Meskipun tim PKM telah melakukan berbagai kegiatan untuk menjalin komunikasi dan kolaborasi melalui daring, jarak geografis ini tetap menyebabkan kendala dalam efektivitas interaksi dan pemantauan langsung. Kedua, kurangnya pemahaman mitra mengenai perkembangan variasi Bahasa Indonesia turut memperumit proses komunikasi antara pemandu wisata dan wisatawan Indonesia. Hal ini mengakibatkan miskomunikasi, terutama dalam penggunaan bahasa yang lebih santai atau gaul yang umum digunakan oleh wisatawan. Terakhir, penggunaan mesin terjemahan oleh pemandu wisata dalam menerjemahkan percakapan wisatawan dari Indonesia juga menjadi hambatan. Mesin terjemahan yang sering digunakan menghasilkan struktur tata bahasa yang kaku dan tidak fleksibel, sehingga memengaruhi kelancaran komunikasi dan pemahaman antara kedua pihak. Ketiga faktor ini memerlukan perhatian lebih agar dapat meningkatkan efektivitas dan kualitas pelaksanaan PKM serta komunikasi antara pemandu wisata dan wisatawan.

4. Faktor Pendukung

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini didukung oleh beberapa faktor penting yang memberikan kontribusi besar terhadap keberhasilan program. Pertama, pertumbuhan sektor pariwisata di Vietnam, khususnya meningkatnya kunjungan wisatawan Indonesia, menciptakan permintaan yang tinggi akan pemandu wisata berbahasa Indonesia. Seiring dengan bertambahnya jumlah wisatawan asal Indonesia yang berkunjung ke Vietnam, kebutuhan akan pemandu wisata yang dapat berkomunikasi dalam bahasa Indonesia semakin penting. Kedua, mitra dalam program ini, yaitu Golden Saigon Travel, menyediakan akomodasi berupa paket tur untuk tim pelaksana PKM, memungkinkan mereka untuk mempraktikkan materi pengajaran secara langsung di beberapa objek wisata. Hal ini memungkinkan pemandu wisata untuk belajar dan menerapkan variasi Bahasa Indonesia dalam konteks yang nyata. Ketiga, antusiasme yang tinggi dari para pemandu wisata dalam mempelajari Bahasa Indonesia yang lebih bervariasi juga menjadi faktor pendukung utama. Mereka menunjukkan ketekunan yang luar biasa dalam berlatih penggunaan bahasa yang lebih fleksibel, seperti slang, bahasa formal dan informal, bahasa baku dan tidak baku, serta bahasa-bahasa terkini yang sering digunakan oleh wisatawan Indonesia. Antusiasme dan semangat belajar yang dimiliki oleh pemandu wisata ini menjadi modal utama dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan komunikasi dengan wisatawan Indonesia.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Melalui program PKM, pemandu wisata memiliki peluang besar untuk meningkatkan pemahaman mereka terkait dengan variasi Bahasa Indonesia. Dengan menerapkan materi yang telah disampaikan oleh tim pelaksana PKM, pemandu wisata dapat mengembangkan keterampilan komunikasi yang lebih fleksibel dan efektif, seperti pemilihan bahasa formal dan informal, baku dan tidak baku, slang, serta bahasa gaul yang sering digunakan oleh wisatawan Indonesia. Peningkatan kemampuan bahasa ini diharapkan dapat meminimalisir terjadinya miskomunikasi antara pemandu wisata dan wisatawan, memungkinkan pemandu untuk berkomunikasi secara lebih lancar, memahami kebutuhan dan preferensi wisatawan, serta menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan selama perjalanan wisata. Selain itu, pemandu wisata yang memiliki kemampuan Bahasa Indonesia yang lebih baik dapat memberikan pengalaman wisata yang lebih memuaskan kepada wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Vietnam, sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka berikan. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan oleh tim pelaksana PKM, beberapa saran diberikan kepada mitra untuk menindaklanjuti hasil evaluasi tersebut. Pertama, pemandu wisata disarankan untuk mempertahankan dan terus melatih kemampuan berbahasa Indonesia sebagai media komunikasi utama dengan wisatawan asing, khususnya wisatawan Indonesia, agar mereka dapat memberikan pelayanan yang lebih baik. Kedua, pengajaran Bahasa Indonesia sebaiknya dijadikan program wajib yang harus diikuti oleh semua pemandu wisata yang khusus menangani wisatawan Indonesia, guna memastikan kualitas komunikasi yang lebih optimal dan pengalaman yang lebih memuaskan bagi wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abni, S. R. N., Joelly, D. A., Bessy, N. R., & Savira, N. R. A. (2024). Kontribusi Bahasa Indonesia dalam Memajukan Sektor Pariwisata. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12), 1–10.
- Andreas Riki Daniel Sihombing, Aswin Sianturi, Fasca Kristiani Butar-Butar, & Muhammad Surip. (2024). Peran Bahasa Indonesia sebagai Bahasa persatuan di era globalisasi. *Jurnal Sadewa : Publikasi Ilmu Pendidikan, pembelajaran dan Ilmu Sosial*, 2(3), 09–18. <https://doi.org/10.61132/sadewa.v2i3.912>
- Herienda, F., Adriani, H., Nofiyanti, F., Pradhipta, R. A., & Maharani, M. (2024). Analisis Kemampuan Pemandu Wisata dalam Komunikasi Bahasa Inggris kepada Wisatawan di Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(3), 343–361.
- Lestari, H. D., Irawati, N., & Santoso, H. T. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Tour Guide di Destinasi Wisata Benteng Marlborough Bengkulu. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 16(1), 28–39.
- Nguyen, V. H., Truong, T. X. D., Pham, H. T., Tran, D. T., & Nguyen, P. H. (2021). Travel Intention to Visit Tourism Destinations: A Perspective of Generation Z in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1043–1053.
- Pamungkas, S. (2012). *Bahasa Indonesia dalam Berbagai Perspektif*. (P. Christian, Ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Radjasa, E. G. H., P. B. S. P., Firdaus, H. A., Salsabila, N. W., Ananta, P., & Arum, D. P. (2024). Pentingnya Keterampilan Berbahasa Indonesia bagi Tenaga Kerja Pariwisata. *IMEIJ: Indo-Math Intellectuals Journal*, 5(6), 7504–7510.
- Ramadhan, A. N., Haerani, W., Zahro, F., Damaianti, S. A., & Ramadina, S. A. (2024). Gaya Komunikasi Pemandu Wisata Bandung Tour on Bus (Studi Kasus Pada Pemandu Wisata Bandung Tour On Bus (Bandros) dalam Memperkenalkan Kota Bandung). *KONTEKSTUAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13–20.
- Sutarma, I. G. P., & Sadia, I. K. (2013). Penggunaan Bahasa Indonesia di Industri Pariwisata: Studi Kasus Perencanaan Bahasa pada Industri Pariwisata Bali. *Soshum Jurnal Sosial dan Humaniora*, 3(2), 118–135.
- Yukuri, K. A., Abrors, K. T., Zennika, T., Pitriyani, D., Putri, K. A., & Rizkyanfi, M. W. (2024). Bahasa Indonesia sebagai Magnet Pariwisata: Analisis Keterkaitan Bahasa dengan Pengembangan Industri Pariwisata. *Jurnal Bahasa Indonesia Prima (BIP)*, 6(2), 167–175.