

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi mempercepat konektivitas lintas negara. Pertemuan antar individu dari berbagai latar budaya menjadi fenomena yang semakin umum terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Situasi ini mempertemukan ragam nilai, bahasa, norma sosial, dan simbol budaya yang sering kali menghadirkan tantangan dalam mencapai komunikasi yang efektif. Majumdar (2024) menekankan bahwa dalam konteks komunikasi lintas budaya, kemampuan untuk mengenali dan menyesuaikan diri terhadap perbedaan budaya sangat penting guna menghindari kesalahpahaman dan membangun kolaborasi yang saling menguntungkan.

Komunikasi antarbudaya tidak hanya berlangsung secara verbal, tetapi juga mencakup pemahaman mendalam terhadap konteks budaya yang menyertainya. Hal ini termasuk persepsi, asumsi, dan pola pikir dari masing-masing individu. Kemampuan dalam menavigasi perbedaan-perbedaan tersebut merupakan keterampilan penting dalam membangun pemahaman bersama dan menciptakan hubungan sosial yang saling menghargai. Dalam lanskap sosial yang semakin terintegrasi secara global, komunikasi antarbudaya menjadi elemen penting yang membentuk dinamika interaksi lintas negara, baik di ruang formal maupun informal.

Secara khusus, globalisasi telah mengubah mobilitas manusia lintas negara, termasuk dalam sektor pariwisata. Di Indonesia, sektor pariwisata mengalami pertumbuhan yang pesat, dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 13,9 juta pada tahun 2024, meningkat 19,05% dibandingkan tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2025). Peningkatan ini mencerminkan minat yang tinggi dari wisatawan internasional terhadap destinasi wisata di Indonesia. Sehingga, tingginya wisatawan mancanegara yang berkunjung membuka peluang lebih besar untuk terjadinya komunikasi lintas budaya.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi, tetapi juga memperluas intensitas interaksi budaya yang terjadi di berbagai daerah wisata. Interaksi lintas budaya kini tidak lagi terbatas pada kota-kota besar atau kawasan metropolitan, tetapi juga meluas ke daerah-daerah yang sebelumnya tidak terlalu dikenal secara global. Kawasan wisata yang dulu dianggap terpencil kini menjadi pusat pertukaran nilai, bahasa, dan kebiasaan antara masyarakat lokal dan wisatawan asing. Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang pariwisata telah menjadi arena komunikasi multikultural yang berlangsung secara informal, dan justru menyimpan dinamika komunikasi yang kaya namun kerap terabaikan dalam kajian akademik.

Seiring dengan meningkatnya jumlah interaksi lintas budaya, menjadikan hal ini semakin menarik untuk dikaji. Interaksi terjadi tidak hanya dalam ruang-ruang formal seperti perhotelan, institusi pendidikan, atau biro perjalanan, tetapi juga dalam

konteks informal yang justru lebih dekat dengan realitas masyarakat sehari-hari. Di ruang-ruang publik seperti pasar tradisional, jalanan, atau kawasan wisata, masyarakat lokal berinteraksi langsung dengan wisatawan asing dengan segala keterbatasan bahasa, latar budaya, dan ekspresi sosial yang berbeda. Di dalam situasi inilah adaptasi komunikasi menjadi kebutuhan praktis yang muncul secara spontan, tanpa mediasi institusional, tetapi tetap membawa pengaruh besar terhadap keberhasilan komunikasi. Konteks informal menghadirkan dinamika yang lebih otentik dan menarik untuk dikaji dalam studi komunikasi lintas budaya.

Fenomena komunikasi lintas budaya dapat diamati melalui beberapa contoh konkret yang sempat menjadi perhatian publik. Salah satu contoh yang menonjol adalah seorang anak perempuan yang berada di kawasan Pura Besakih, Bali, yang menjadi viral karena kemampuannya berbicara dalam 14 bahasa asing, termasuk Jerman, Prancis, Hungaria, dan Spanyol. Keunikan dari kasus ini terletak pada fakta bahwa kemampuan multibahasa tersebut tidak diperoleh melalui jalur pendidikan formal, melainkan melalui proses interaksi langsung yang intensif dengan wisatawan asing yang datang ke kawasan tersebut. Situasi tersebut menunjukkan adanya proses pembelajaran bahasa yang berlangsung secara natural dan berbasis kebutuhan praktis di lapangan. Anak tersebut memanfaatkan kesempatan berinteraksi sebagai sarana untuk menyerap pola bahasa asing yang berbeda, yang kemudian ia gunakan dalam aktivitas ekonomi seperti menawarkan jasa kepada turis.

Aksi komunikatif anak multibahasa saat melakukan tawar-menawar dan menyapa turis dari berbagai negara tidak hanya mengundang kekaguman dari

wisatawan, tetapi juga menarik perhatian publik luas melalui unggahan di media sosial. Respons positif dari warganet kemudian mendorong pemberitaan oleh berbagai media daring menjadikan kisah ini viral dan representatif dari bentuk komunikasi lintas budaya yang berkembang secara organik di kawasan wisata (tvOneNews, 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa praktik komunikasi informal masyarakat lokal tidak hanya efektif secara praktis, tetapi juga memiliki daya tarik sosial dan budaya yang signifikan. Dokumentasi interaksi tersebut terlihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Anak Perempuan Multibahasa di Bali
Sumber: iNews 2024

Contoh lain berasal dari wilayah Lombok, Nusa Tenggara Barat, di mana seorang pedagang kain menjadi sorotan publik karena kemampuannya dalam menggunakan delapan bahasa asing saat berinteraksi dengan wisatawan internasional. Pedagang ini secara aktif menawarkan produk dagangannya kepada turis di kawasan Pantai Kuta Mandalika menggunakan berbagai bahasa, seperti Italia, Spanyol, Jepang, Belanda, dan Rusia. Kemampuan tersebut diperolehnya melalui pembelajaran mandiri tanpa pendidikan formal, semata-mata didorong oleh kebutuhan praktis untuk menjalin

komunikasi yang efektif dan meningkatkan peluang transaksi dengan wisatawan asing (detikBali, 2024). Gambar 1.2 menampilkan sosok pedagang asongan di Lombok yang mempraktikkan komunikasi lintas budaya dengan memanfaatkan kemampuan multibahasa dalam menjajakan dagangan kepada wisatawan asing.



Gambar 1.2 Pedagang Kain di Lombok Berbahasa Asing
Sumber : Detik.com 2024

Kedua contoh yang telah disampaikan sebelumnya menunjukkan bahwa kecakapan komunikasi lintas budaya dapat berkembang melalui pengalaman kontekstual yang spontan, dan tidak selalu mensyaratkan pendekatan struktural. Oleh karena itu, penting bagi kajian akademik untuk memperluas ruang telaah terhadap praktik komunikasi lintas budaya yang berlangsung dalam ruang informal, terlebih di sektor pariwisata yang menjadi titik temu intensif antara masyarakat lokal dan wisatawan asing. Meskipun demikian, perlu diakui bahwa interaksi lintas budaya tersebut juga berpotensi menimbulkan disrupsi pemaknaan dan kesalahpahaman, sehingga adaptasi gaya komunikasi menjadi komponen penting dalam membangun relasi yang harmonis dan saling memahami.

Fenomena pedagang yang mampu menggunakan lebih dari dua bahasa asing meskipun tanpa pendidikan formal, menjadi pemicu ketertarikan peneliti terhadap kemampuan adaptasi komunikasi yang berkembang secara alami di masyarakat. Peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam bagaimana individu melakukan proses akomodasi komunikasi dalam interaksi lintas budaya yang terjadi di ruang informal, khususnya di sektor pariwisata. Fokus utama terletak pada bagaimana strategi komunikasi digunakan oleh masyarakat lokal dalam merespons kehadiran wisatawan asing yang memiliki latar belakang budaya dan linguistik yang berbeda. Penyesuaian dalam pilihan bahasa, gaya bicara, penggunaan frasa sederhana, hingga ekspresi nonverbal menjadi elemen penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif meskipun tanpa latar pendidikan formal.

Di dalam era digital saat ini, praktik komunikasi lintas budaya yang terjadi di berbagai ruang informal tidak hanya berlangsung secara spontan. Namun, praktik ini telah terdokumentasi secara luas melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram. Platform-platform ini telah berkembang menjadi ruang dokumentasi sosial yang tidak hanya merekam, tetapi juga mengonstruksi ulang interaksi antarbudaya melalui bingkai visual, tulisan, dan cara penyajian yang menarik perhatian khalayak luas. Media sosial memungkinkan konten-konten komunikasi lintas budaya tersebar secara cepat, melampaui batas geografis, dan berkontribusi dalam membentuk persepsi kolektif terhadap praktik komunikasi tersebut.

Media sosial kini tidak hanya menjadi ruang untuk berbagi informasi, tetapi juga membentuk cara individu memahami dan memaknai interaksi sosial. Narasi yang

tersebar melalui platform seperti TikTok dan Instagram memungkinkan interaksi yang awalnya bersifat kasual dan lokal menjadi bagian dari konsumsi publik yang luas. Di dalam konteks ini, keterlibatan emosional terhadap metrik digital seperti “likes” dan “followers” menunjukkan bagaimana konten yang terekam tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi kolektif serta validasi sosial atas praktik komunikasi tertentu.

Di dalam konteks komunikasi lintas budaya, teori komunikasi seperti *Communication Accommodation Theory* (CAT) dapat membantu memberikan gambaran tentang kecenderungan pedagang dalam menyesuaikan cara bicara mereka dengan wisatawan. Teori ini secara umum menggambarkan bagaimana individu dalam situasi komunikasi akan menyesuaikan gaya bicara, pilihan bahasa, hingga gestur demi menciptakan interaksi yang lebih efektif. Melalui kerangka ini, peneliti dapat menganalisis secara komprehensif bentuk-bentuk adaptasi komunikasi yang muncul dalam interaksi antarbudaya, khususnya dalam konteks informal yang terekam secara digital melalui media sosial. Meskipun para pedagang tidak secara sadar menerapkan teori komunikasi tertentu, tindakan mereka mencerminkan semangat dari prinsip adaptasi dan akomodasi komunikasi yang menjadi inti dari CAT.

1.2. Identifikasi Masalah

Perkembangan komunikasi antarbudaya di Indonesia mengalami perluasan seiring dengan meningkatnya arus pergerakan manusia antarnegara, khususnya melalui sektor pariwisata. Pasar tradisional, ruas jalanan, dan kawasan wisata alam kini

menjadi tempat berlangsungnya interaksi langsung antara masyarakat lokal dan wisatawan asing yang berasal dari latar belakang budaya serta bahasa yang berbeda. Kondisi ini melahirkan pola komunikasi yang bersifat spontan dan adaptif sebagai respons terhadap kebutuhan untuk saling memahami di tengah keterbatasan struktur komunikasi yang resmi. Di dalam situasi ini, kemampuan individu untuk menyesuaikan gaya bicara, ekspresi nonverbal, dan penggunaan bahasa campuran menjadi kunci utama keberhasilan interaksi. Fenomena ini menunjukkan bahwa komunikasi lintas budaya tidak selalu berlangsung dalam ruang formal, melainkan justru berkembang dinamis dalam ruang-ruang sosial yang informal dan temporer.

Wisatawan asal Tiongkok menjadi salah satu kelompok terbesar yang datang ke Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan resmi Antara (2024), Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menargetkan 1–1,5 juta kunjungan wisatawan asal Tiongkok sepanjang tahun 2024 sebagai bagian dari upaya pemulihan pariwisata pascapandemi. Data ini diperkuat oleh China Daily Hong Kong (2024), yang mencatat bahwa kunjungan wisatawan asal Tiongkok ke Indonesia mencapai 1.198.582 orang sepanjang tahun 2024, meningkat tajam dari 787.924 kunjungan pada tahun sebelumnya. Jumlah ini tentu berimplikasi pada tingginya intensitas interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan Tiongkok, termasuk pada aspek komunikasi sehari-hari di lokasi wisata.

Salah satu kawasan wisata yang menjadi favorit wisatawan asal Tiongkok adalah Kawah Ijen, yang terkenal dengan fenomena alam *blue fire*, yaitu Kawah Ijen yang berada di Banyuwangi, Indonesia. Di dalam beberapa tahun terakhir, Kawah Ijen

terus menunjukkan tren peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara, termasuk dari Tiongkok, yang tertarik pada keindahan alam, fenomena unik, serta pengalaman eksploratif yang ditawarkan. Pada periode libur panjang tahun 2024, tercatat sebanyak 3.638 wisatawan mengunjungi Kawah Ijen hanya dalam kurun waktu empat hari (Kompas.com, 2025). Kawasan ini menjadi destinasi unggulan dalam berbagai paket wisata internasional, termasuk yang disusun oleh agen perjalanan dari Tiongkok. Hal ini menjadikan Kawah Ijen sebagai ruang interaksi multikultural yang padat, tetapi berlangsung dalam konteks nonformal dan tanpa mediasi institusional.

Fenomena ini menjadi semakin menarik ketika diketahui bahwa rata - rata pedagang lokal di kawasan Kawah Ijen mampu menggunakan bahasa Mandarin dalam melayani wisatawan Tiongkok. Fakta bahwa kemampuan ini muncul bukan dari pendidikan formal, tetapi dari pengalaman langsung dan pembelajaran secara otodidak, menambah keunikan kasus ini. Para pedagang ini mampu melakukan komunikasi efektif dengan wisatawan Tiongkok, bahkan dalam konteks transaksi ekonomi yang menuntut ketepatan makna dan kepercayaan antarpihak. Fenomena ini mencerminkan bentuk akomodasi komunikasi yang sangat relevan untuk dikaji dalam perspektif komunikasi antarbudaya.

Fenomena para pedagang lokal di Kawah Ijen yang fasih berbahasa Mandarin tidak hanya menarik perhatian wisatawan secara langsung, tetapi juga menjadi viral di berbagai platform media sosial seperti TikTok dan Instagram. Video yang menampilkan kemampuan berkomunikasi dengan wisatawan Tiongkok secara lancar menarik banyak perhatian warganet dan memperoleh jutaan penonton, sehingga

memperluas eksposur mereka hingga ke audiens global. Viralnya konten tersebut mencerminkan bahwa praktik komunikasi lintas budaya yang terjadi di ruang informal bukan sekadar pengalaman lokal, melainkan telah menjadi representasi sosial yang dibentuk dan disebarluaskan secara digital. Gambar 1.3 menunjukkan salah satu unggahan media sosial yang menjadi viral dan memperlihatkan interaksi komunikatif para pedagang di Kawah Ijen dengan wisatawan asing.



Gambar 1.3 Pedagang Buah di Kawah Ijen Viral
Sumber : Instagram.com @ayodolan 2025

Maka dari itu, penelitian ini menggunakan video-video yang tersebar di media sosial sebagai sumber utama data untuk menganalisis praktik komunikasi lintas budaya. Pemanfaatan konten digital ini memberikan kesempatan untuk mengamati bentuk-bentuk komunikasi yang berlangsung secara spontan dalam ruang informal, serta terdokumentasi secara visual melalui platform seperti TikTok dan Instagram. Pendekatan ini dianggap relevan untuk menangkap dinamika komunikasi yang terjadi secara aktual di lapangan, terutama dalam konteks pariwisata yang kerap menjadi sorotan di media sosial.

Di sisi lain, penelitian mengenai komunikasi antarbudaya telah dilakukan dalam berbagai konteks, namun sebagian besar masih terbatas pada ruang-ruang formal. Muhid & Ningsih (2021) meneliti akomodasi antar dialek lokal di pasar tradisional Lombok, dengan fokus pada komunikasi antara penjual dan pembeli yang berasal dari latar belakang budaya serupa. Penelitian ini menunjukkan adanya bentuk adaptasi dalam penggunaan dialek, namun tidak melibatkan interaksi dengan wisatawan asing maupun konteks multibahasa yang lebih kompleks.

Kusuma et al. (2019a) membahas strategi akomodasi dan kesantunan yang digunakan oleh mahasiswa asing di lingkungan Universitas Airlangga. Penelitian ini berfokus pada konteks akademik formal, dengan subjek yang memiliki latar pendidikan tinggi dan keterampilan bahasa yang relatif memadai. Strategi yang diamati meliputi penyesuaian gaya bicara, penggunaan ungkapan sopan, dan adaptasi terhadap norma komunikasi lokal dalam lingkungan kampus. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam menjelaskan bagaimana mahasiswa asing menavigasi perbedaan budaya dalam ruang institusional.

Adinisa & Astuti (2024) meneliti strategi komunikasi mahasiswa Papua di Yogyakarta yang menghadapi stereotip negatif. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana kelompok minoritas melakukan penyesuaian secara verbal dan nonverbal dalam ruang sosial perkotaan yang didominasi oleh kelompok mayoritas. Studi ini menyoroti dinamika komunikasi yang dipengaruhi oleh identitas etnis, prasangka sosial, dan upaya mahasiswa Papua untuk mempertahankan harga diri sekaligus menjalin hubungan sosial yang fungsional. Strategi yang diamati antara lain

penggunaan bahasa yang lebih netral, penyesuaian ekspresi wajah, serta penghindaran topik-topik sensitif yang dapat memicu diskriminasi. Meskipun menggunakan pendekatan *Communication Accommodation Theory* (CAT), penelitian ini masih terbatas pada konteks interaksi sosial di lingkungan kampus dan ruang publik kota besar.

Suputra (2020) meneliti komunikasi antar mahasiswa dari berbagai kabupaten di Bali dalam program pendidikan Bahasa Inggris. Penelitiannya menyoroti bentuk-bentuk akomodasi komunikasi yang terjadi antara individu dengan latar belakang daerah yang berbeda namun masih berada dalam satu kerangka budaya yang relatif homogen. Strategi akomodasi yang diamati cenderung bersifat sederhana, seperti penyesuaian dalam intonasi, kecepatan bicara, dan penggunaan kosakata yang mudah dipahami oleh semua pihak. Namun, seluruh partisipan merupakan penutur bahasa Indonesia dan terlibat dalam konteks pendidikan formal, dinamika komunikasi yang muncul tidak mewakili kompleksitas interaksi antarbudaya yang melibatkan perbedaan bahasa, kebiasaan sosial, dan ekspektasi budaya yang lebih tajam. Selain itu, konteks yang digunakan masih berada dalam ruang akademik, sehingga belum menyentuh dinamika komunikasi informal yang berkembang secara spontan di sektor pariwisata.

Dari keempat penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa belum ada kajian yang secara spesifik mengamati praktik akomodasi komunikasi di ruang informal, terutama antara masyarakat lokal dengan wisatawan asing di kawasan wisata alam seperti Kawah Ijen. Selain itu, dokumentasi digital dari interaksi tersebut yang tersebar di media sosial juga belum banyak dijadikan bahan kajian. Oleh karena itu, penelitian

ini menawarkan kontribusi baru dengan mengkaji strategi akomodasi komunikasi masyarakat lokal dalam konteks informal pariwisata, menggunakan pendekatan *Communication Accommodation Theory* (CAT), serta mempertimbangkan aspek dokumentasi digital yang membentuk representasi sosial.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bentuk akomodasi komunikasi yang terjadi dalam interaksi antara pedagang lokal dan turis Tiongkok di Kawah Ijen. Pertanyaan utama yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana bentuk akomodasi komunikasi yang terjadi dalam interaksi pedagang lokal dan pembeli wisatawan Tiongkok di Kawah Ijen?”

Rumusan masalah dapat didukung dengan sub-pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana pedagang lokal menyesuaikan perilaku komunikasi terhadap wisatawan Tiongkok melalui bentuk strategi komunikasi *convergence*, *divergence*, *maintenance*?
2. Bagaimana bentuk komunikasi verbal dan non verbal yang digunakan oleh pedagang lokal dalam mengakomodasi wisatawan Tiongkok di Kawah Ijen?

1.4. Tujuan Penelitian

Komunikasi dalam transaksi jual beli antara pedagang lokal dan turis Tiongkok di Kawah Ijen melibatkan interaksi antar budaya yang membutuhkan penyesuaian dari para komunikator. Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi dan menganalisa bentuk akomodasi komunikasi yang terjadi interaksi informal jual beli antara pedagang lokal dan wisatawan Tiongkok.
2. Mengidentifikasi dan menganalisa bentuk komunikasi verbal dan non verbal yang digunakan oleh pedagang lokal dalam mengakomodasi wisatawan Tiongkok di Kawah Ijen.

Berdasarkan tujuan-tujuan tersebut, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana akomodasi komunikasi berlangsung dalam interaksi lintas budaya antara pedagang lokal dan turis Tiongkok di Kawah Ijen. Dengan menyoroti praktik komunikasi akomodatif yang dilakukan oleh pedagang lokal dalam menghadapi perbedaan bahasa dan budaya, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang bagaimana strategi adaptasi komunikasi berlangsung secara alami.

1.5. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini memiliki signifikansi ilmiah dalam memperluas kajian komunikasi antarbudaya ke dalam konteks interaksi informal yang minim eksplorasi akademik. Dengan mengintegrasikan pendekatan teoretis dan data digital empirik, penelitian ini berkontribusi pada penguatan kerangka konseptual dan penyusunan strategi komunikasi adaptif berbasis kebutuhan lokal dalam era globalisasi.

1.5.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi antarbudaya, khususnya dalam memahami proses akomodasi

komunikasi dalam interaksi informal antara individu dari latar budaya berbeda. Dengan mengaplikasikan *Communication Accommodation Theory* (CAT) pada interaksi nyata di kawasan wisata Kawah Ijen, penelitian ini memperluas pemahaman tentang bagaimana strategi komunikasi seperti *convergence*, *divergence*, dan *maintenance* diterapkan dalam praktik komunikasi lintas budaya yang bersifat spontan dan tanpa perantara institusional. Fokus pada praktik komunikasi informal dalam ruang wisata lokal ini menyoroti pentingnya adaptasi komunikasi yang terjadi secara alami dan berbasis pengalaman langsung.

Penelitian ini juga memberikan kontribusi metodologis dengan memanfaatkan video dari media sosial sebagai sumber data primer. Pendekatan ini membuka kemungkinan baru bagi studi komunikasi untuk menjelajahi jejak digital sebagai arsip sosial yang kaya akan praktik komunikasi otentik. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan awal bagi studi-studi lanjutan yang ingin meneliti dinamika komunikasi lintas budaya dalam situasi non-formal, termasuk sektor pariwisata, perdagangan lokal, dan interaksi berbasis komunitas.

1.5.2. Manfaat Sosial / Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pelaku industri lokal, khususnya pedagang dan komunitas di kawasan wisata, tentang pentingnya strategi komunikasi yang adaptif terhadap latar budaya wisatawan asing. Pemahaman ini dapat membantu meningkatkan kualitas interaksi, menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih positif, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas

wisatawan. Interaksi yang positif berpotensi dalam memperkuat citra destinasi sebagai kawasan wisata yang inklusif dan responsif terhadap keberagaman budaya.

Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam penyusunan program pelatihan komunikasi lintas budaya bagi komunitas lokal yang dikelola oleh pemerintah daerah atau lembaga pariwisata. Berdasarkan temuan ini, pelatihan yang dirancang dapat lebih kontekstual, realistis, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal di sektor pariwisata. Harapannya, masyarakat tidak hanya menjadi pelaku ekonomi, tetapi juga agen komunikasi yang aktif dan reflektif dalam menghadapi globalisasi wisata yang semakin kompleks.

Manfaat sosial dari penelitian ini juga terletak pada potensi penguatan kohesi sosial di tingkat lokal. Ketika masyarakat mampu berinteraksi secara terbuka dan efektif dengan wisatawan dari berbagai latar budaya, maka tercipta ruang dialog yang mendukung nilai-nilai toleransi, keterbukaan, dan penghargaan terhadap perbedaan. Interaksi semacam ini tidak hanya berkontribusi pada kenyamanan wisatawan, tetapi juga membentuk mentalitas kosmopolitan di kalangan masyarakat lokal. Dalam jangka panjang, kemampuan berkomunikasi lintas budaya dapat menjadi modal sosial yang memperkaya kehidupan komunitas dan memperkuat resiliensi sosial di tengah dinamika globalisasi pariwisata.