JASIMA: JURNAL KOMUNIKASI KORPORASI DAN MEDIA
Vol. VII, No. 2, Desember 2026 | E-ISSN: 2723-0562

Pengembangan Kompetensi Komunikasi Multilingual Pengelola Wisata Gunung Sumbing: Strategi Bahasa Inggris dan Bahasa Isyarat

Developing Multilingual Communication Competence of Tourism Managers at Mount Sumbing: English Language and Sign Language Strategies

R. Muhammad Ihsan[1], Irna Hardiyanti[2], Elyusra[3]
Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia[1]
Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Indonesia[2]
Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu, Indonesia[3]

Riwayat Artikel : Submission 13/05/2026, **Revision** 08/11/2026, **Accepted** 10/11/2026

Abstrak

Pariwisata alternatif di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan, namun pengelola destinasi wisata lokal masih menghadapi keterbatasan kompetensi komunikasi multilingual dalam melayani wisatawan mancanegara dan penyandang disabilitas pendengaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan kompetensi komunikasi multilingual pengelola destinasi wisata Gunung Sumbing via jalur Garung, menganalisis kesenjangan kompetensi yang ada, dan merumuskan strategi pengembangan kompetensi yang komprehensif dan inklusif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus, dilaksanakan pada Juni 2024 di *Basecamp* Gunung Sumbing Via Garung, Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah. Data dikumpulkan melalui triangulasi metode yang meliputi wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik induktif enam tahap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola menghadapi kesenjangan kompetensi yang multidimensional dalam tiga dimensi, yaitu pengetahuan bahasa, keterampilan bahasa, dan kesadaran budaya, baik dalam bahasa Inggris maupun Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO), dengan kesenjangan bahasa isyarat bersifat total. Penelitian ini menghasilkan kerangka strategi pengembangan kompetensi yang mengintegrasikan pelatihan bahasa Inggris dan bahasa isyarat dalam satu sistem holistik berbasis *blended learning*, dukungan teknologi, dan kemitraan *multi-stakeholder*. Strategi ini berkontribusi pada peningkatan daya saing destinasi sekaligus mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif. Kerangka yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi model pengembangan kompetensi komunikasi multilingual bagi destinasi wisata alternatif lainnya di Indonesia.

Kata kunci: kompetensi komunikasi multilingual[1], pariwisata inklusif[2], bahasa isyarat[3], pariwisata alternatif[4], pengembangan sumber daya manusia[5]

Abstract

Alternative tourism in Indonesia has grown significantly; however, local destination managers still face limitations in multilingual communication competence when serving foreign tourists and

hearing-impaired visitors. This study aimed to identify the multilingual communication competence needs of tourism managers at Mount Sumbing via the Garung route, analyze existing competence gaps, and formulate a comprehensive and inclusive competence development strategy. A descriptive qualitative approach with a case study design was employed, conducted in June 2024 at Basecamp Mount Sumbing Via Garung, Wonosobo Regency, Central Java. Data were collected through method triangulation comprising semi-structured in-depth interviews, participatory observation, and documentation, and were analyzed using a six-stage inductive thematic analysis. The findings reveal that managers face multidimensional competence gaps across three dimensions, namely language knowledge, language skills, and cultural awareness, in both English and Indonesian Sign Language (BISINDO), with the sign language gap being absolute. This study produced a competence development strategy framework that integrates English and sign language training within a holistic system grounded in blended learning, technological support, and multi-stakeholder partnerships. This strategy contributes to enhancing destination competitiveness while advancing sustainable and inclusive tourism. The resulting framework is expected to serve as a model for multilingual communication competence development at other alternative tourism destinations in Indonesia.

Keywords: *multilingual communication competence[1], inclusive tourism; sign language[2], alternative tourism[3], human resource development[4]*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis bagi perekonomian Indonesia yang tidak hanya berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, tetapi juga menjadi sumber mata pencaharian bagi jutaan masyarakat (Fatsah et al., 2023). Dalam perkembangannya, tren pariwisata global mengalami pergeseran dari *mass tourism* menuju *alternative tourism* yang menekankan pada wisata alam, budaya lokal, dan pengalaman autentik seperti *adventure tourism*, *hiking*, dan *village tourism* (Wirdayanti et al., 2021). Pergeseran ini sejalan dengan arah pengembangan pariwisata Indonesia yang berfokus pada pariwisata berkualitas dan berkelanjutan (Asy'ari & Putra, 2023), yang menuntut kompetensi komunikasi multilingual dari pengelola destinasi wisata untuk melayani beragam segmen pengunjung, termasuk wisatawan mancanegara dan penyandang disabilitas.

Gunung Sumbing, salah satu destinasi wisata alternatif unggulan di Jawa Tengah dengan ketinggian 3.371 mdpl, mengalami peningkatan kunjungan yang signifikan melalui jalur pendakian Desa Garung (Humaira, 2023; Setiawan et al., 2020). Data Dinas Pariwisata Kabupaten Wonosobo menunjukkan jumlah wisatawan meningkat dari 24.740 pengunjung pada tahun 2020 menjadi 28.450 pengunjung pada tahun 2021, atau meningkat sebesar 15% (Dinas Pariwisata Kabupaten Wonosobo, 2022). Peningkatan ini tidak hanya berasal dari wisatawan domestik, tetapi juga wisatawan mancanegara dan wisatawan dengan kebutuhan khusus, termasuk penyandang disabilitas pendengaran. Namun, observasi lapangan mengungkapkan bahwa pengelola destinasi menghadapi kendala komunikasi akibat keterbatasan kompetensi dalam bahasa

Inggris dan Bahasa Isyarat, sebagaimana disampaikan oleh Imtihani, kepala Basecamp Gunung Sumbing Via Garung, yang menilai hal ini sebagai tantangan utama dalam memberikan pelayanan optimal.

Kompetensi komunikasi multilingual dalam konteks pariwisata mengacu pada kemampuan pengelola destinasi untuk berkomunikasi secara efektif dengan wisatawan dari beragam latar belakang budaya dan kebutuhan, mencakup penguasaan bahasa asing, pemahaman lintas budaya, serta kemampuan adaptasi komunikatif. Sarwari et al. (2024) menegaskan bahwa kompetensi komunikasi lintas budaya pada abad ke-21 merupakan kebutuhan mendasar yang mencakup tidak hanya kemampuan linguistik, tetapi juga pemahaman konteks budaya dan kemampuan adaptasi dalam situasi komunikasi yang kompleks. Liu et al. (2022) lebih lanjut menunjukkan bahwa kompetensi komunikasi lintas budaya dalam industri perhotelan berfungsi secara integratif dan tidak dapat dipisahkan dari kualitas layanan yang diberikan kepada tamu dari berbagai latar belakang.

Penelitian terdahulu secara konsisten membuktikan bahwa pelatihan bahasa asing pada pelaku pariwisata menghasilkan dampak yang melampaui kemampuan linguistik semata. Juliati et al. (2020) menunjukkan bahwa pelatihan bahasa asing secara signifikan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan diri staf pariwisata, dengan perubahan terbesar pada dimensi komunikasi interpersonal. Amiruddin (2020) mengidentifikasi bahwa pelatihan bahasa Inggris pariwisata menghasilkan peningkatan kesadaran masyarakat, kemampuan komunikasi, dan daya saing destinasi secara bersamaan. Kusuma et al. (2022) lebih lanjut menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi budaya meningkat lebih besar dari kemampuan linguistik murni pascapelatihan, mengindikasikan bahwa pelatihan yang dirancang secara kontekstual mampu menghasilkan efek pengembangan yang holistik. Dalam konteks pengembangan destinasi wisata alternatif, Nuria & Panjaitan (2022) menegaskan bahwa kemampuan bahasa Inggris menjadi kunci keberhasilan komunikasi dengan wisatawan asing, sementara Fatsah et al. (2023) menunjukkan bahwa pengembangan keterampilan bahasa Inggris pada pengelola wisata di daerah secara langsung berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan dan daya tarik destinasi bagi wisatawan mancanegara.

Aspek inklusivitas dalam pariwisata mensyaratkan perhatian khusus terhadap aksesibilitas komunikasi bagi penyandang disabilitas pendengaran. Nurazizah (2021) mengungkapkan bahwa pelatihan bahasa isyarat pada pemandu wisata merupakan langkah penting dalam mewujudkan layanan pariwisata yang inklusif. Yusuf & B (2022) mengidentifikasi bahwa hambatan komunikasi yang dihadapi penyandang disabilitas pendengaran bersifat multidimensional, mencakup aspek lingkungan, institusional, dan attitudinal,

sehingga penyelesaiannya membutuhkan pendekatan yang komprehensif. Division for Inclusive Social Development (2013) menyatakan bahwa pariwisata yang aksesibel membutuhkan pengembangan infrastruktur komunikasi, pelatihan staf, dan desain layanan yang inklusif secara menyeluruh. Vila et al. (2024) lebih lanjut menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi instrumen kunci dalam meningkatkan aksesibilitas sosial bagi penyandang disabilitas dalam konteks pariwisata. Bahkan dalam sektor lain, Stephanie Rosalind & Siahaan (2022) membuktikan efektivitas penggunaan bahasa isyarat dalam pelayanan pelanggan di coffee shop sebagai strategi komunikasi yang inklusif.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji kompetensi bahasa asing (Amiruddin, 2020; Fatsah et al., 2023; Juliati et al., 2020; Kusuma et al., 2022; Nuria & Panjaitan, 2022) dan aksesibilitas komunikasi untuk penyandang disabilitas (Nurazizah, 2021; Yusuf & B, 2022) secara terpisah, kedua lini penelitian ini berkembang secara paralel tanpa saling mengintegrasikan satu sama lain. Padahal, dalam konteks destinasi wisata alternatif yang menghadapi peningkatan kunjungan dari wisatawan mancanegara dan wisatawan dengan kebutuhan khusus secara bersamaan, kedua kompetensi tersebut merupakan bagian dari satu sistem kompetensi komunikasi multilingual yang perlu dikembangkan secara terpadu. Penelitian ini memposisikan dirinya di persimpangan tiga domain kajian yaitu kompetensi bahasa asing dalam pariwisata, aksesibilitas komunikasi inklusif, dan pengembangan destinasi wisata alternatif berkelanjutan, untuk mengisi celah integrasi konseptual yang belum ditangani dalam literatur yang ada.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi kebutuhan kompetensi komunikasi multilingual pengelola destinasi wisata Gunung Sumbing, (2) menganalisis kesenjangan kompetensi yang ada, dan (3) merumuskan strategi pengembangan kompetensi yang komprehensif dan inklusif. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi strategis bagi pengembangan sumber daya manusia di sektor pariwisata Indonesia sekaligus menjadi model pengembangan kompetensi komunikasi multilingual untuk destinasi wisata alternatif lainnya.

METODE

Penelitian ini menerapkan paradigma kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan desain studi kasus (Creswell, 2014; Sugiyono, 2017). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam fenomena kompetensi komunikasi multilingual dalam konteks spesifik pengelolaan destinasi wisata alternatif, yang tidak dapat direduksi menjadi data numerik semata. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu pengelola pariwisata yang terlibat langsung dalam pelayanan wisatawan di *Basecamp* Gunung

Sumbing Via Garung, Desa Garung, Kecamatan Garung, Kabupaten Wonosobo, Jawa Tengah. Penelitian dilaksanakan pada Juni 2024 di lokasi tersebut, yang dipilih karena merupakan pintu masuk utama pendakian Gunung Sumbing yang mengalami peningkatan signifikan kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara, termasuk wisatawan dengan kebutuhan khusus.

Subjek penelitian ditentukan melalui *purposive sampling* yang meliputi pengelola *basecamp,* pemandu wisata lokal, petugas informasi pariwisata, dan pelaku usaha lokal yang terlibat langsung dalam pelayanan wisatawan. Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode untuk memastikan validitas dan reliabilitas data. Pertama, wawancara mendalam semi-terstruktur dilakukan dengan pengelola dan pemangku kepentingan terkait untuk menggali informasi tentang kondisi kompetensi komunikasi eksisting, tantangan yang dihadapi, dan kebutuhan pengembangan. Panduan wawancara disusun berdasarkan dimensi kompetensi komunikasi yang meliputi pengetahuan bahasa (*language knowledge*), keterampilan bahasa (*language skills*), dan kesadaran budaya (*cultural awareness*). Kedua, observasi partisipatif dilakukan untuk mengamati secara langsung praktik komunikasi pengelola dengan wisatawan mancanegara dan penyandang disabilitas pendengaran dalam situasi pelayanan aktual, dengan fokus pada pola interaksi, strategi komunikasi yang digunakan, serta hambatan komunikasi yang terjadi. Ketiga, dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder berupa data kunjungan wisatawan, profil kompetensi pengelola, program pelatihan yang pernah dilaksanakan, serta dokumen pendukung lainnya dari Dinas Pariwisata Kabupaten Wonosobo dan pengelola basecamp.

Data kualitatif yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis tematik induktif (Braun & Clarke, 2006; Nowell et al., 2017) melalui enam tahap sistematis: (1) familiarisasi data, dilakukan dengan membaca berulang transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen untuk memahami kedalaman dan keluasan data; (2) pemberian kode awal (*initial coding*), dilakukan dengan mengidentifikasi unit-unit makna yang relevan dengan pertanyaan penelitian dan memberikan label kode secara sistematis; (3) pencarian tema (*searching for themes*), dilakukan dengan mengelompokkan kode-kode yang memiliki pola kesamaan menjadi tema-tema potensial; (4) peninjauan tema (*reviewing themes*), dilakukan untuk memastikan tema yang teridentifikasi koheren secara internal dan terdistinsi secara eksternal; (5) pendefinisian dan penamaan tema (*defining and naming themes*), dilakukan dengan merumuskan esensi setiap tema dan memberikan nama yang merepresentasikan konten tema; serta (6) penulisan laporan (*producing the report*), dilakukan dengan mengintegrasikan tema-tema yang teridentifikasi ke dalam narasi analitis yang didukung oleh kutipan data yang representatif.

Validitas dan kredibilitas penelitian dipastikan melalui empat strategi. Pertama, triangulasi sumber data dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai informan dan berbagai metode pengumpulan data. Kedua, *member checking* dilakukan dengan memverifikasi temuan kepada partisipan penelitian untuk memastikan akurasi interpretasi. Ketiga, *peer debriefing* dilakukan dengan mendiskusikan proses dan temuan penelitian bersama rekan sejawat untuk mendapatkan perspektif alternatif. Keempat, audit trail dilakukan dengan mendokumentasikan secara sistematis seluruh proses penelitian mulai dari pengumpulan data, analisis, hingga interpretasi untuk memastikan transparansi dan keterlacakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan tiga temuan utama yang saling berkaitan: kondisi kompetensi komunikasi multilingual pengelola wisata Gunung Sumbing yang masih memerlukan pengembangan signifikan, kesenjangan kompetensi yang bersifat multidimensional, serta kebutuhan strategi pengembangan yang komprehensif dan inklusif. Ketiga temuan ini secara langsung menjawab pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam pendahuluan.

1. Kondisi Kompetensi Komunikasi Multilingual Pengelola Wisata

Hasil wawancara mendalam dan observasi partisipatif menunjukkan bahwa sebagian besar pengelola destinasi wisata Gunung Sumbing via Garung belum memiliki kompetensi yang memadai dalam penggunaan bahasa Inggris maupun bahasa isyarat. Keterbatasan ini berdampak langsung pada kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan mancanegara maupun wisatawan dengan kebutuhan khusus. Dalam aspek bahasa Inggris, pengelola saat ini bergantung pada teknologi Google Translate sebagai solusi komunikasi sementara, meskipun mereka menyatakan keinginan kuat untuk lebih kompeten secara langsung. Sementara itu, dalam aspek bahasa isyarat, kondisinya lebih kritis karena tidak ada satu pun pengelola yang memiliki kompetensi dasar Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO), sehingga destinasi ini sama sekali belum dapat memberikan layanan yang aksesibel bagi wisatawan penyandang disabilitas pendengaran.

Temuan ini sejalan dengan Tankovic et al. (2023) yang mengidentifikasi bahwa kemampuan komunikasi dalam sektor pariwisata merupakan aspek fundamental kesuksesan industri, sekaligus mengonfirmasi bahwa permasalahan ini bukan fenomena lokal yang terisolasi. Ketergantungan pada Google Translate sebagai solusi sementara mencerminkan kesadaran akan pentingnya komunikasi efektif, namun juga mengindikasikan kebutuhan mendesak akan pengembangan kompetensi yang lebih substantif. Teknologi

terjemahan otomatis tidak mampu menangkap nuansa budaya, ekspresi emosi, dan konteks situasional yang sangat penting dalam komunikasi pariwisata, terlebih dalam situasi darurat yang memerlukan respons cepat dan akurat demi keselamatan wisatawan. Ketiadaan total kompetensi bahasa isyarat mengonfirmasi temuan Nurazizah (2021) dan Yusuf & B (2022) bahwa akses pariwisata bagi penyandang disabilitas di Indonesia belum terpenuhi dengan baik, sekaligus mengabaikan potensi pasar dari lebih dari 1 miliar penyandang disabilitas di dunia (Division for Inclusive Social Development, 2023).

2. Kesenjangan Kompetensi dan Implikasinya terhadap Kualitas Layanan

Analisis mendalam terhadap kondisi eksisting mengungkapkan kesenjangan kompetensi yang mencakup tiga dimensi utama, yaitu pengetahuan bahasa, keterampilan bahasa, dan kesadaran budaya. Dalam dimensi pengetahuan bahasa, pengelola menunjukkan keterbatasan pemahaman struktur gramatikal bahasa Inggris, kosakata khusus pariwisata, dan terminologi teknis pendakian gunung. Keterbatasan ini berdampak langsung pada akurasi informasi yang disampaikan kepada wisatawan mancanegara serta mengurangi kepercayaan wisatawan terhadap pengelola. Dalam dimensi keterampilan bahasa, terdapat kesenjangan signifikan pada keempat aspek, yaitu mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis, yang mengakibatkan miskomunikasi dalam situasi pelayanan aktual. Pengelola mengalami kesulitan memahami pertanyaan wisatawan asing yang berbicara dengan kecepatan normal atau menggunakan aksen yang tidak familiar, serta kesulitan merespons dengan tepat dan lancar. Dalam dimensi kesadaran budaya, pengelola belum sepenuhnya memahami perbedaan budaya komunikasi, seperti cara menyapa, jarak fisik dalam berkomunikasi, dan penggunaan bahasa tubuh yang berbeda antarbudaya, yang berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan merusak citra destinasi. Dalam konteks bahasa isyarat, kesenjangan bersifat total pada seluruh dimensi.

Temuan ini memperkuat Leslie dan Russell (2006) yang menekankan bahwa keterampilan bahasa asing sangat berharga dalam komunikasi lintas negara, terutama di sektor pariwisata. Lebih lanjut, Tankovic et al. (2023) menegaskan bahwa penyedia layanan pariwisata perlu memiliki keterampilan komunikasi yang ekspresif untuk menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan. Miskomunikasi yang timbul akibat kesenjangan keterampilan bahasa tidak hanya mengurangi kepuasan wisatawan, tetapi juga dapat menimbulkan risiko keselamatan yang serius dalam konteks pendakian gunung, mulai dari kesalahan informasi tentang jalur, kondisi cuaca, hingga penanganan darurat medis. Kesenjangan kesadaran budaya yang teridentifikasi juga sejalan dengan Liu et al. (2022) yang menekankan bahwa kompetensi komunikasi

antarkultural dalam industri pariwisata memerlukan perhatian khusus dalam aspek pendidikan dan pelatihan, mengingat dampaknya yang tidak hanya bersifat individual tetapi juga memengaruhi reputasi destinasi secara keseluruhan.

3. Strategi Pengembangan Kompetensi Komunikasi Multilingual

Berdasarkan analisis kebutuhan dan kesenjangan yang teridentifikasi, strategi pengembangan kompetensi dirancang dengan pendekatan holistik yang mengintegrasikan bahasa Inggris dan bahasa isyarat dalam satu kerangka pengembangan sumber daya manusia pariwisata. Pendekatan integratif ini berbeda dari penelitian sebelumnya yang cenderung memisahkan kedua aspek, dan sejalan dengan Vila et al. (2024) bahwa aksesibilitas merupakan elemen kunci dalam pariwisata inklusif sesuai prinsip Agenda 2030 dan *Convention on the Rights of Persons with Disabilities.*

Strategi pengembangan bahasa Inggris dimulai dengan asesmen awal untuk mengidentifikasi tingkat kemampuan setiap anggota tim, yang menjadi dasar pengelompokan peserta dan penyusunan materi yang sesuai level. Pelatihan difokuskan pada empat area prioritas: (1) kemampuan percakapan sehari-hari dan interaksi dengan wisatawan asing yang mencakup *greeting, giving directions, explaining procedures, dan handling complaints*; (2) penguasaan kosakata dan tata bahasa pariwisata, khususnya terminologi pendakian gunung, keselamatan, dan pelayanan wisata; (3) keterampilan presentasi dan penyampaian informasi meliputi *storytelling* tentang sejarah dan budaya lokal, *explaining hiking routes*, dan *providing safety briefings*; serta (4) pemahaman budaya dan etika komunikasi internasional yang mencakup *cross-cultural communication skills* dan *cultural sensitivity*. Pendekatan *experiential learning* melalui simulasi interaksi, *role playing*, dan *real-situation practice* menjadi metode utama untuk memastikan kompetensi yang diperoleh dapat langsung diaplikasikan. Temuan ini mengonfirmasi Juliati et al. (2020) dan Amiruddin (2020) tentang pentingnya pendekatan komprehensif dalam pelatihan bahasa untuk sektor pariwisata, sekaligus memperkuat Sarwari et al. (2024) bahwa kompetensi bahasa tidak dapat dilepaskan dari dimensi sosial budaya.

Strategi pengembangan bahasa isyarat memerlukan pendekatan khusus yang disesuaikan dengan konteks pariwisata inklusif, dimulai dengan pelatihan dasar BISINDO untuk seluruh staf. Modul pelatihan mencakup empat komponen utama: (1) pengenalan tata bahasa dan kosakata isyarat dasar yang relevan dengan pariwisata; (2) teknik komunikasi efektif dengan penyandang disabilitas pendengaran termasuk *proper eye contact* dan *clear signing techniques*; (3) pemahaman budaya Tuli (*deaf culture awareness*) dan prinsip-prinsip penghargaan terhadap martabat; serta (4) aplikasi praktis dalam konteks

pariwisata seperti *guiding techniques for deaf tourists*, komunikasi keselamatan, dan penanganan darurat. Kemitraan dengan organisasi penyandang disabilitas atau asosiasi bahasa isyarat menjadi komponen penting untuk memastikan kualitas pelatihan sekaligus menanamkan nilai inklusi yang fundamental. Kompetensi bahasa isyarat ini berpotensi menjadi *unique selling proposition* yang membedakan Gunung Sumbing dari destinasi wisata alternatif lainnya di Indonesia.

Implementasi strategi dilakukan melalui pendekatan *blended learning* yang mengombinasikan pembelajaran tatap muka, *online learning*, dan praktik langsung, suatu metode yang relevan mengingat lokasi Desa Garung yang berada di ketinggian sekitar 2.000 mdpl dan relatif jauh dari pusat kota. Dukungan teknologi diintegrasikan melalui *mobile applications* untuk pembelajaran mandiri, *video tutorials* bahasa isyarat yang bersifat visual, *online practice platforms* untuk latihan interaktif, serta digital *assessment tools* untuk monitoring perkembangan kompetensi. Temuan ini mengonfirmasi Molina-Collado et al. (2022) bahwa teknologi dan *Information and Communication Technology* semakin penting dalam pengembangan kompetensi di sektor pariwisata. Keberlanjutan program dijamin melalui sistem evaluasi komprehensif yang meliputi pre-test dan post-test, observasi kinerja dalam situasi nyata, feedback wisatawan, dan *self-assessment* peserta, serta kemitraan *multi-stakeholder* dengan institusi pendidikan, organisasi profesi, dan *disability organizations*, sejalan dengan prinsip *accessible tourism* yang dipromosikan UNWTO (2013).

4. Implikasi Strategis terhadap Daya Saing Destinasi dan Pembangunan Berkelanjutan

Pengembangan kompetensi komunikasi multilingual memiliki implikasi strategis terhadap daya saing Gunung Sumbing dalam pasar wisata global dan regional. Kemampuan bahasa Inggris membuka peluang menarik wisatawan dari berbagai negara mengingat bahasa Inggris telah menjadi lingua franca komunikasi internasional, sekaligus memungkinkan pengelola untuk lebih aktif mempromosikan destinasi melalui platform digital internasional seperti TripAdvisor dan media sosial, sejalan dengan Nuria dan Panjaitan (2022). Dari perspektif pembangunan berkelanjutan, pengembangan kompetensi ini berkontribusi pada tiga pilar keberlanjutan: pilar ekonomi melalui perluasan pasar dan peningkatan kualitas layanan; pilar sosial melalui peningkatan kesadaran keberagaman dan inklusi; serta pilar lingkungan melalui orientasi pada pariwisata berkualitas yang lebih ramah lingkungan dibanding *mass tourism*. Temuan ini memperkuat Asy'ari dan Putra (2023) tentang pentingnya pemberdayaan masyarakat dalam pariwisata berkelanjutan di Indonesia.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelola destinasi wisata Gunung Sumbing via jalur Garung menghadapi kesenjangan kompetensi komunikasi multilingual yang bersifat multidimensional, mencakup dimensi pengetahuan bahasa, keterampilan bahasa, dan kesadaran budaya, baik dalam bahasa Inggris maupun bahasa isyarat. Kesenjangan dalam bahasa Inggris bersifat parsial namun signifikan, sementara kesenjangan dalam Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO) bersifat total karena tidak ada satu pun pengelola yang memiliki kompetensi dasar di bidang ini. Kondisi ini menjadikan destinasi belum mampu memberikan pelayanan yang optimal dan inklusif bagi seluruh segmen wisatawan, termasuk wisatawan mancanegara dan penyandang disabilitas pendengaran.

Sebagai kontribusi utama, penelitian ini menghasilkan kerangka strategi pengembangan kompetensi komunikasi multilingual yang holistik dan integratif, yang menyatukan pengembangan bahasa Inggris dan bahasa isyarat dalam satu sistem pengembangan sumber daya manusia pariwisata. Kerangka ini mencakup asesmen kebutuhan, pelatihan terstruktur berbasis prioritas, implementasi *blended learning* dengan dukungan teknologi, serta sistem monitoring dan kemitraan *multi-stakeholde*r untuk keberlanjutan program. Strategi ini tidak hanya relevan bagi Gunung Sumbing, tetapi dapat menjadi model pengembangan kompetensi komunikasi multilingual bagi destinasi wisata alternatif lainnya di Indonesia.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dilakukan uji implementasi strategi yang telah dirumuskan guna mengukur efektivitasnya secara empiris. Selain itu, perlu dikembangkan instrumen pengukuran kompetensi komunikasi multilingual yang terstandar khusus untuk konteks pariwisata petualangan di Indonesia, serta kajian komparatif pada destinasi wisata alternatif lainnya untuk memperkuat generalisasi temuan.

REFERENSI

Amiruddin, Z. (2020). Tourism English for aware groups. Tribe, 5(14), 1–13.

Asy'ari, R., & Putra, R. R. (2023). Bibliometric: Community empowerment in sustainable tourism in Indonesia. Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education, 10(1), 19–30. https://doi.org/10.24036/scs.v10i1.423

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). Sage Publications.

Division for Inclusive Social Development. (2013). Promoting accessible tourism for all. UN Department of Economic and Social Affairs.

https://social.desa.un.org/issues/disability/disability-issues/promoting-accessible-tourism-for-all

Fatsah, H., Muziatun, M., & Mas, S. R. (2023). Developing English language skills for tourism managers in the Tomini Bay area. Dikmas: Journal of Community Education and Service, 3(2), 567–574. https://doi.org/10.37905/dikmas.3.2.567-574.2023

Humaira, N. (2023). Climbing route to Mount Sumbing and estimated travel time to the peak. Detik Travel. https://travel.detik.com/domestic-destination/d-6692344/jalur-pendakian-gunung-sumbing-dan-perkiraan-waktu-tempuh-hingga-puncak

Inclusive Communication Services. (2014). Travel and tourism accessibility services. https://inclusiveasl.com/industries/travel-and-tourism-accessibility-services/

Juliati, J., Budi, S. U., Goeyardi, W., Widyaningsih, G. E. N., & Rahayuningtyas, P. (2020). Improving the quality of human resources through foreign language training for Kampung Biru Arema Malang, East Java. ABDINUS Journal: Journal of Archipelago Service, 3(2), 294–305. https://doi.org/10.29407/ja.v3i2.13819

Kusuma, D. L., Anindhita, W., Sumiati, A., & Widiatmoko, S. (2022). English for cultural communication and tourism. Proceedings of the National Community Service Seminar, 2022(2020), 149–155.

Ladupu, M., & Falimu. (2022). Lia Balano cave tourism promotion strategy based on online media, Lauwon Village Government, East Luwuk District, Banggai Regency. SOSMANIORA: Journal of Social Sciences and Humanities, 1(1), 30–35. https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i1.196

Leslie, D., & Russell, H. (2006). The importance of foreign language skills in the tourism sector: A comparative study of student perceptions in the UK and continental Europe. Tourism Management, 27(6), 1397–1407. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.016

Liu, Y., Liu, J., & King, B. (2022). Intercultural communicative competence: Hospitality industry and education perspectives. Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education, 30. https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100371

Molina-Collado, A., Mar Gómez-Rico, Sigala, M., Molina, M. V., Aranda, E., & Salinero, Y. (2022). Mapping tourism and hospitality research on information and communication technology: A bibliometric and scientific approach. Information Technology & Tourism, 24(2), 299–340. https://doi.org/10.1007/s40558-022-00227-8

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. International Journal of Qualitative Methods, 16(1), 1–13. https://doi.org/10.1177/1609406917733847

Nurazizah, G. R. (2021). Sign language tour guide training via video virtual tour for the Alamendah Tourism Village tourism mobilization group. Dinamisia: Journal of Community Service, 5(4), 898–910. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i4.5375

Nuria, H., & Panjaitan, I. P. (2022). Mapping the level of English language needs in West Halmahera Regency tourism destinations. Textual, 20(2), 106–118.

Sarwari, A. Q., Adnan, H. M., Rahamad, M. S., & Wahab, M. N. A. (2024). The requirements and importance of intercultural communication competence in the 21st century. SAGE Open, 14(2), 1–10. https://doi.org/10.1177/21582440241243119

Setiawan, A. B., Yudhistira, D., Dzikri, R. A., & Wiratama, B. (2020). Conservation of the Mount Sumbing slope area (Green economic planning study in the agricultural sector). QU Journal of Economics, 10(1), 58–90. https://doi.org/10.35448/jequ.v10i1.8579

Stephanie Rosalind, & Siahaan, C. (2022). Efektivitas penggunaan bahasa isyarat dalam pelayanan pelanggan di coffee shop oleh karyawan dengan penyandang disabilitas tunarungu. Jurnal Comunità Servizio: Jurnal Terkait Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, Terkhusus Bidang Teknologi, Kewirausahaan dan Sosial Kemasyarakatan, 4(1), 853–867. https://doi.org/10.33541/cs.v4i1.3837

Sugiyono. (2017). Qualitative research methods: For research that is: exploratory, interpretive, interactive and constructive. Alphabet.

Tankovic, A. C., Kapeš, J., & Benazić, D. (2023). Measuring the importance of communication skills in tourism. Economic Research-Ekonomska Istrazivanja, 36(1), 460–479. https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2077790

UNWTO. (2013). Accessible tourism guidelines. https://www.unwto.org/accessibility

Vila, T. D., Rubio-Escuderos, L., & Alén González, E. (2024). Accessible tourism: Using technology to increase social equality for people with disabilities. Tourism Review. https://doi.org/10.1108/TR-11-2023-0812

Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D., Hartoyo, D. R., Indarti, E., Gautama, H., S, H. E., Harefa, K., Minsia, M., Rumayar, M., Indrijatiningrum, M., Susanti, T., & Ariani, V. (Eds.). (2021). Tourism village guidelines (2nd ed.). Coordinating Ministry for Maritime Affairs and Investment. https://www.ciptadesa.com/2021/06/pedoman-desa-wisata.html

Yusuf, M., & B, F. (2022). Educational tourism assistance for deaf people with disabilities in Jambi City. JPPM (Journal of Community Service and Empowerment), 6(2), 311–320. https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.8907