

PERANAN KOMUNIKASI PEMANDU WISATA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA ISLAMI DI KOTA MEDAN

Ardiansyah Lubis

Prodi Komunikasi Islam Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara

Abstrak

Kota Medan merupakan salah satu kota tujuan wisata, karena memiliki banyak peninggalan sejarah, termasuk sejarah Islam. Di antara tempat tujuan wisata di Kota Medan adalah Istana Maimon dan Masjid Raya Al Mashun. Keduanya adalah ikon pariwisata Islami Kota Medan. Secara realitas, objek wisata ini tidak sepopuler tempat-tempat wisata lainnya, karena kurangnya perhatian pemerintah dan juga masyarakat terhadap kedua situs sejarah ini. Para pemandu wisata berperan aktif mempromosikan pariwisata Islam Kota Medan kepada wisatawan lokal maupun manca Negara. Berdasarkan argumen di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji: pertama, peran pemandu wisata dalam mempromosikan pariwisata Islami Kota Medan. Kedua, bentuk-bentuk komunikasi yang dilakukan pemandu wisata kepada turis dalam mempromosikan pariwisata Islami Kota Medan. Ketiga, hambatan yang dihadapi pemandu wisata dalam mempromosikan pariwisata Islami Kota Medan. Penelitian didesain sebagai penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpul melalui observasi partisipan dan wawancara langsung dan mendalam dengan para informan yang ditentukan secara purposive dan dikembangkan dengan teknik snowball. Hasil penelitian mengungkapkan, bahwa dalam mempromosikan pariwisata Islami Kota Medan, pemandu wisata berperan sebagai katalisator atau penggerak dalam memperkenalkan tempat-tempat wisata Islami kepada turis lokal maupun manca Negara. Para pemandu wisata juga berperan aktif dalam memberikan solusi bagi pemerintah untuk merumuskan strategi pengembangan wisata Islami Di Kota Medan. Para pemandu wisata juga berperan sebagai penyebar inovasi terkait dengan pariwisata Islami di Kota Medan.

Kata Kunci: komunikasi, pemandu wisata, promosi, pariwisata

A. Pendahuluan

Industri pariwisata mempunyai peran penting dalam upaya pembangunan pengembangan daerah. Industri pariwisata bahkan mampu mendongkrak keterbelakangan dan sebagai sumber pendapatan utama untuk beberapa daerah. Kebutuhan terhadap pariwisata dapat dipengaruhi oleh tingkat ekonomi dan pendidikan masyarakat. Perkembangan transportasi, telekomunikasi, sumber daya manusia, lingkungan hidup juga dapat mempengaruhi pariwisata.

Kota Medan merupakan salah satu tujuan wisatawan yang memiliki sejumlah objek wisata yang potensial. Dapat dilihat dari potensi budaya dan alam, potensi budaya seperti candi, mesjid, monumen, prasasti, lingga, patung dan lain-lain. Perkembangan pariwisata kota Medan belakangan ini menunjukkan peningkatan, untuk itu pariwisata kota Medan harus meningkatkan kebersihan kota dan tata kotanya.

Para turis yang ingin menikmati tempat-tempat wisata yang ada di Sumatera Utara, mau tidak mau harus terlebih dahulu singgah dikota Medan. Namun hal ini bukan faktor utama, yang menyebabkan ramainya turis singgah di Kota Medan. Sejak zaman dahulu, kota Medan sudah terkenal dengan peninggalan berbagai situs-situs sejarah yang dianggap penting bagi para wisatawan, misalnya sejarah tentang tembakau Deli yang terkenal kemasyhurannya sampai ke luar negeri.¹

Selain itu, arsitektur gedung peninggalan Belanda dan situs kerajaan Deli yang menjadi kebanggaan masyarakat melayu dan masyarakat Islam. Situs-situs sejarah yang menjadi kunjungan wisatawan yaitu Istana Maimun yang didirikan oleh Sultan Makmun Alrasyid pada tanggal 16 Mei 19043 M serta mesjid Raya Al- Mahsun yang didirikan pada tanggal 21 Agustus 1906 M.² keduanya merupakan bangunan bersejarah dikota Medan. Gaya bangunan mesjid terdiri dari gaya arsitek Timur Tengah, India dan Eropa. Situs ini merupakan bukti sejarah peninggalan islam yang dilakukan Raja-raja Deli pada zaman dahulu.

Dalam rangka mempromosikan situs-situs sejarah ini, upaya peningkatan dunia pariwisata secara teknis dilakukan oleh Dinas Pariwisata. Namun demikian perlu melibatkan swasta professional yang mendukung terhadap infrastruktur dan suprastruktur seperti perhotelan, penunjang transportasi, pendamping turis (*guide*) dan sebagainya. Pemerintah juga perlu

¹ Kemasyhuran tembakau Deli, menjadikan tanah Deli disebut sebagai istilah Parijs Van Soematera. Di samping itu, sebutan ini muncul karena daerah yang dulu menjadi tempat tinggal para kolonial, merupakan tempat yang sangat indah arsitekturnya, mewah kehidupannya. Istilah ini disebutkan bagi kota-kota Koloni Holland di kerajaan Hindia Belanda, kerana hampir menyamai dengan arsitektur Eropa lainnya. Lihat, Alexander Avan, *Parijs Van Soematera* (Medan: Raimaker Publisng, 2010), h. 15-22.

² Tengku Lukman Sinar, *Sejarah Medan Tempo Doeloe*, cet. 19 (Medan: Sinar Budaya Group, 2011), h. 100.

melibatkan lembaga yang mengkoordinir para pemandu wisata yaitu Himpunan Pramuwisata Indonesia Kota Medan.

Dinas pariwisata sangat memerlukan mengenai pemandu wisata dalam hal mempromosikan wisata yang ada di Kota Medan. Pemandu wisata mempopulerkan kembali situs sejarah dengan komunikasi antar pribadi dan komunikasi kelompok.

Dalam mempromosikan ada dua faktor yang perlu diperhatikan yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal ini terkait dengan kemampuan komunikator dalam mempromosikan tujuan wisata Islami Kota Medan, yang akan mempengaruhi komunikasi. Disini diperlukan kredibilitas dari komunikator kunci tingkat kepercayaan seseorang akan mempengaruhi dari siapa yang menyampaikan pesan.

Mengutip istilah Devito, ada tiga aspek kualitas utama dari kredibilitas komunikator, yaitu: (1) kompetensi yang mengacu pada pengetahuan dan kepakaran yang menurut khalayak dimiliki komunikator; (2) karakter yang mengacu pada iktikad dan perhatian komunikator kepada khalayak; dan (3) karisma yang mengacu pada kepribadian dan kedinamisan komunikator.³

Faktor eksternal, harus dipahami bahwa kota Medan sebagai kota besar yang memiliki penduduk yang heterogen dan padat, lebih bersifat individualistik yang tidak terlalu peduli dengan kondisi sekitarnya. Hal ini merupakan penghambat bagi para pemandu wisata dalam persoalan mempromosikan.

Jurnal ini mencoba menjelaskan dan mengkaji tentang situs sejarah islami di Kota Medan yang perlu dipromosikan agar semakin populer yang berkaitan erat dengan penyiaran islam di tanah Deli dan komunikasi Islam.

B. Strategi Komunikasi Pemasaran

Strategi komunikasi merupakan dua kata yang berasal dari kata strategi dan komunikasi. Pada awalnya strategi digunakan dalam memenangkan perang. Artinya strategi lebih dahulu diterapkan di kalangan militer. Namun pada

³ Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, terj. Agus Maulana (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2011), h. 22.

perkembangan yang lebih luas, istilah strategi mulai digunakan dalam berbagai kegiatan dalam rangka mencapai tujuan tertentu dan sebagainya. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* strategi diartikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁴ Sedangkan Rusli Lutan mengartikan strategi sebagai upaya untuk mengetahui arah yang akan di tuju, termasuk metode atau cara untuk mencapai tujuan tersebut.⁵

Komunikasi memberikan pemahaman bahwa komunikasi merupakan kegiatan manusia yang dilakukan secara sadar. Pesan yang disampaikan bisa dalam bentuk verbal maupun nonverbal disampaikan dengan tujuan untuk saling pengaruh mempengaruhi. Dengan demikian, strategi komunikasi merupakan suatu proses kegiatan penyampaian pesan. Mengutip istilah effendi yaitu perpaduan antara perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi dalam mencapai tujuan.⁶

Peran Komunikator dalam Pencapaian Tujuan Komunikasi dapat dilihat dari tiga faktor yaitu (1) mengenai sasaran komunikasi (2) pemilihan saluran dan media komunikasi (3) pengkajian tujuan pesan komunikasi.

C. Bentuk-bentuk Komunikasi

Adapun bentuk bentuk komunikasi yaitu (1) komunikasi pribadi (antarpersonal). Menurut Dean C. Barnlund sebagaimana dikutip Alo Liliweri: sebagai proses komunikasi yang biasanya dikaitkan antara dua orang atau sekelompok orang yang terjadi secara spontan dan tidak berstruktur.⁷ Komunikasi kelompok berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok seperti dalam rapat, pertemuan dan lain-lain. Syukur Kholil mengatakan komunikasi yang dilakukan seseorang dengan kelompok, atau antara satu kelompok dengan kelompok lainnya.⁸ komunikasi Massa menurut

⁴ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), h.859.

⁵ Rusli Lutan, *Keniscayaan Pluralitas Budaya Daerah: Analisis Dampak Sistem Nilai Budaya Terhadap Eksistensi Bangsa* (Bandung: Angkasa, 2001), h. 269.

⁶ Effendi, *Ilmu Komunikasi*, h. 24

⁷ Alo Liliweri, *Gara-gara Komunikasi Antarbudaya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), h.12.

⁸ Syukur Kholil, *Komunikasi Islam* (Bandung: Cita Pustaka Media, 2007) h. 113.

Gerbner adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.⁹

D. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi menurut Effendi adalah untuk menginformasikan, mendidik, menghibur dan mempengaruhi. Yang mengandung dua dimensi yaitu siapa yang hendak diajak berkomunikasi dan efek yang diharapkan.¹⁰ Adapun elemen komunikasi yaitu sumber, pesan, media, penerima, pengaruh dan tanggapan balik.

Pariwisata dan Kearifan Lokal

Dunia pariwisata merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar Negara, di samping sektor migas. Sebagai sumber pendapatan, maka sudah selayaknya sektor pariwisata mendapat perhatian lebih intensif atau paling tidak sejajar dengan sektor-sektor lain. Apalagi penggalan dari sektor lain belum dimaksimalkan.

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang secara langsung memberi, menyentuh dan melibatkan masyarakat sehingga membawa dampak terhadap masyarakat tempatan. Pariwisata juga menyentuh berbagai aspek kehidupan masyarakat antara lain sosial ekonomi, sosial budaya dan lingkungan. Selain itu industri pariwisata tidak hanya terkait pada atraksi wisata, tetapi juga terkait dengan industri lain, seperti perhotelan restoran, angkutan (darat, laut dan udara) dan produk-produk industri lainnya.¹¹

Dalam rangka meningkatkan kunjungan pariwisata ke Indonesia dan khususnya ke Sumatera Utara. Banyak khasanah budaya dan kearifan lokal yang dapat mendukung keberhasilan pariwisata sehingga menopang pendapatan asli daerah misalnya situs-situs kerajaan islam dikota medan. Melihat perkembangan pariwisata harus berdampingan dengan unsur budaya dengan

⁹ Elvinaro, dkk, *Komunikasi Massa* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h.3

¹⁰ Effendi, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikas*. Bandung: Aditya Bakti, 1993, h. 55.

¹¹ Endang Tjitroesmi, *Peran Industri Kepariwisata dalam Perekonomian Nasional dan Daerah* (Jakarta: P2E-LIPI, 2003) h. 105

promosi wisata. Dalam hubungan ini, masyarakat diharapkan dapat ikut andil dalam menjaga keberadaannya, karena masyarakat bukan objek yang statis, tetapi dia sekaligus subjek dinamis. Sebaliknya pariwisata juga diharapkan dapat mengerakkan masyarakat untuk terlibat dalam konservasi budaya sebagai unsur penting dari pariwisata.

Keterlibatan masyarakat akan melahirkan hubungan yang sinergis antara masyarakat di satu sisi dan dunia pariwisata disisi lain. Pola hubungan simbiosis ini akan mampu membawa kejayaan dunia pariwisata dan masyarakat sekaligus. Keduanya merupakan tujuan strategis yang harus mendapatkan perhatian yang serius. Konsep untuk membangun keseimbangan relasi tersebut secara sederhana bisa disebut sebagai pariwisata berbasis, yaitu pariwisata yang menuntut keterlibatan masyarakat dan budaya tempatan secara langsung dan sengaja di desain untuk memberikan dampak pada peningkatan perekonomian dan kesejahteraannya.

E. Metode Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif. Disebut juga kualitatif, karena objek yang sedang diteliti dipahami secara apa adanya, tidak dimanipulasi melainkan dianalisis berdasarkan apa yang terjadi secara alamiah dilokasi penelitian.¹²

Sumber data adalah data primer yaitu data utama dalam penelitian, sedangkan data sekunder yaitu data pendukung.

Teknik pengumpulan data dengan tiga cara yaitu: wawancara, observasi partisipan dan studi dokumen.

Teknik analisis data dikaukan dengan lima tahapan yaitu menelaah data yang tersedia, setelah itu data di reduksi, menyusun data dalam satuan-satuan analisis, memeriksa kembali keabsahan data dan mengambil kesimpulan dengan cara induktif.

¹² Deddy Mulyana, *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), H. 157-159.

F. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peran pemandu wisata mempromosikan pariwisata Islami Kota Medan

Menurut pengamatan yang dilakukan penulis, para pemandu wisata memiliki peran besar dalam rangka mendorong kemajuan pariwisata. Hal ini terlihat dari beberapa aktifitas yang dilakukan pemandu wisata, jika ada wisatawan manca negara yang datang ke kota medan, mereka tidak lupa membawa wisatawan tersebut ke istana maimun dan mesjid raya medan yang merupakan kebanggaan umat islam kota medan. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan seorang pemandu wisata yang bernama Rahmi, diperoleh informasi bahwa sebagai pemandu wisata, ia berupa memberikan pelayanan kepada para tamu manca Negara. Ia menjadi pemandu dan memberikan informasi yang berkaitan dengan keperluan para wisatawan. Sebagai pemandu, saya menyampaikan informasi yang baik-baik dengan penuh kejujuran.¹³

Adapun peran pemandu wisata adalah (1) Berpartisipasi aktif dalam mempromosikan, (2) berperan sebagai orang yang berupaya menggerakkan masyarakat pada kesadaran serta menerima program pemerintah dalam bidang kepariwisataan, (3) berperan aktif dalam memberikan solusi bagi pemerintah dalam strategi pengembangan wisata, (4) berperan sebagai penyebar inovasi.

Bentuk-bentuk Komunikasi yang Dilakukan Pemandu Wisata Kepada Turis Dalam Mempromosikan Pariwisata Islami Kota Medan.

Sepanjang pengamatan yang dilakukan, terlihat bahwa pada saat pemandu menyampaikan informasi kepariwisataan kepada para turis, terjadi beberapa proses yaitu proses komunikasi. Dalam hal ini komunikasi yang dilakukan dengan (1) komunikasi satu arah, dengan cara menyampaikan informasi kepada turis dari dalam mobil, yang dilakukan secara singkat yang bersifat informatif. (2) komunikasi dua arah, dengan cara menyampaikan dengan berdiskusi dengan tema yang diperbincangkan, (3) komunikasi persuasif, dilakukan bukan kepada turis manca Negara, tetapi kepada masyarakat dalam hal menjaga kelestarian objek wisata.

¹³ Rahmi, Pemandu Wisata yang merupakan anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia Kota Medan. Wawancara di Medan, tanggal 27 April 2013.

Hambatan Pemandu Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Islami Kota Medan

Adapun hambatannya adalah (1) kurangnya minat dan perhatian masyarakat. Dapat dilihat dari hasil wawancara dengan Rahmad, Ketua Himpunan Pramuwisata Kota Medan yaitu:

“Banyak faktor yang menghambat para pemandu wisata dalam mempromosikan wisata Islami di Kota Medan. Pertama, harus diakui bahwa kesadaran masyarakat tentang potensi pariwisata Islami di Kota Medan masih sangat rendah, sehingga masyarakat hanya melihat itu sebatas tempat reaksi yang tidak bernilai sejarah. Tanpa sosialisasi masyarakat kita sesungguhnya tidak menyadari betapa besar potensi pariwisata yang dimiliki Kota Medan. Padahal kalau itu dipelihara dan dilestarikan dengan baik, itu akan mendatangkan kesejahteraan. Kalau ada pendapat di masyarakat yang mengatakan pariwisata itu akan menimbulkan dampak negative bagi budaya dan adat istiadat karena wisatawan manca Negara akan membawa budayanya, itu tanggapan perlu diluruskan. Itu terjadi akibat pendidikan tentang kepariwisataan pada masyarakat kita sangat rendah. Kedua, harus diakui bahwa rasa memiliki masyarakat terhadap objek-objek wisata Islami, khususnya yang ada di Kota Medan sangat rendah. Masyarakat hanya menganggap situs sejarah Islam yang ada di Kota Medan, hanya sekedar peninggalan sejarah. Akibatnya, masyarakat serba cuek, merasa tidak bertanggung jawab untuk memeliharanya sehingga banyak yang rusak dan sebagainya. Saya melihat, sikap cuek masyarakat ini juga terjadi karena masyarakat tidak merasa mendapat apa-apa jika saja mereka ikut memeliharanya.”¹⁴

(2) Rendahnya SDM Pemandu Wisata. Dapat dilihat dari hasil wawancara dengan Rahmad, Ketua Himpunan Pramuwisata Kota Medan yaitu:

“Jumlah seluruh pemandu wisata yang bergabung di lembaga kita ini ada sebanyak 32 orang. Masing-masing memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda. Sebanyak 14 orang tamat S-1, kemudian sebanyak 9 orang tama

¹⁴ Rahmi, Pemandu Wisata yang merupakan Anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia Kota Medan. Wawancara di Medan, tanggal 12 April 2013.

D3 dan sebanyak 7 orang tamat SMA. Kita harus mengakui, bahwa dari pemandu wisata yang ada, tidak semua memahami seluk-beluk situs-situs sejarah yang ada di Kota Medan, ataupun Sumatera Utara. Karena mereka juga bukan semuanya dari jurusan sejarah. Ada yang dari sastra Inggris, bahkan dari umum juga ada. Tapi dari segi penguasaan bahasa, secara umum bisa berbahasa dengan bahasa pengantar Bahasa Inggris. Jadi kalau dalam persoalan berkomunikasi dengan orang bule, tidak ada kendala lagi. Jadi kita sebagai lembaga mitra bagi pemerintah dalam bidang kepariwisataan, tetap berupaya secara terus menerus untuk meningkatkan SDM kita pada lembaga ini. Karena bagaimanapun, pemandu wisata adalah ujung tombak yang berkiprah dalam memberikan pelayanan bagi para tamu manca Negara (turis) yang akan datang ke Kota Medan.¹⁵

(3) kurang optimalnya dukungan pemerintah. Untuk melihat kurang optimalnya perhatian pemerintah dalam melestarikan tempat-tempat wisata tersebut, dapat dilihat objektifitas kepentingan masyarakat dalam pengembangan pariwisata, dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Bila ditelusuri ke belakang, pada saat pemerintahan Drs Abdullah, AK. MM menjabat sebagai Walikota Medan, terlihat ada rencana baik dari pemerintah untuk menjadikan Kota Medan sebagai Kota yang Madani.¹⁶ Rencana ini kemudian dilanjutkan oleh Walikota Medan berikutnya Drs. Rahudman Harahap, MM. Namun demikian, kebijakan pemerintah untuk mengembangkan objek wisata Islami di Kota Medan belum menunjukkan hasil yang optimal. Situs-situs Islam yang menjadi tujuan wisata, tetap saja terlihat kurang diperhatikan.

¹⁵ Ibid

¹⁶ Menurut Azra, masyarakat madani adalah masyarakat yang pancasilaisme, dimana masyarakatnya menjunjung tinggi konstitusi dan juga Pancasila sebagai pandangan hidup bersama. Selanjutnya Azra juga mengutip pendapat Azwar Ibrahim yang menyatakan masyarakat madani adalah suatu sistem sosial yang subur berdasarkan prinsip moral yang menjamin keseimbangan antara kebebasan dan kestabilan masyarakat. Lihat, Azyumardi dan Komaruddin Hidayat, *pendidikan Kewargaan (Civic Society) Demokrasi, HAM dan Masyarakat Madani* (Jakarta, Kencana:2008), h. 1993.

G. Penutup

Dalam mempromosikan pariwisata Islami di Kota Medan, tidak terlepas dari peran para pemandu wisata. Pemandu wisata berperana sebagai katalisator atau penggerak dalam memperkenalkan tempat-tempat wisata Islami kepada turis lokal maupun manca Negara, sebagai orang yang berupaya menggerakkan masyarakat pada kesadaran, agar tersedia menerima rencana mendukung program pemerintah dalam bidang pariwisata, memberikan solusi kepada pemerintah untuk merumuskan strategi pengembangan dan di dalam promosi juga sebagai penyebar inovasi.

Adapun bentuk-bentuk komunikasi yang dilakukan oleh pemandu wisata dilakukan dengan, komunikasi satu arah, komunikasi dua arah, komunikasi persuasif.

Adapun hambatannya adalah kurangnya minat dan perhatian masyarakat, rendahnya SDM pemandu wisata dan kurang optimalnya dukungan pemerintah dalam melestarikan objek wisata yang ada.

Dalam hal ini saran yang ingin disampaikan oleh penulis adalah agar meningkatkan kualitas SDM pemandu wisata dengan cara mengikuti pendidikan dan pelatihan, kepada masyarakat agar meningkatkan kesadaran kepemilikan terhadap peninggalan sejarah dan kepada pemerintah agar mengalokasikan dana pemeliharaan terhadap situs-situs sejarah agar menjadi tujuan wisatawan lokal maupun manca Negara.

Daftar Pustaka

- Avan Alexander. *Parijs Van Soematera*. Medan: Raimaker Publising, 2010.
- Azra, Azyumardi dan Komaruddin Hidayat. *pendidikan Kewargaan (Civic Society) Demokrasi, HAM dan Masyarakat Madani*. Jakarta, Kencana:2008.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1990.
- Devito, Joseph A. *Komunikasi Antar Manusia*, terj. Agus Maulana. Tangerang: Karisma Publishing Group, 2011.
- Effendi, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunika*s. Bandung: Aditya Bakti, 1993.
- Elvinaro, dkk. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- Kholil, Syukur. *Komunikasi Islam*. Bandung: Cita Pustaka Media, 2007.
- Liliweri, Alo. *Gara-gara Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Lutan, Rusli. *Keniscayaan Pluralitas Budaya Daerah: Analisis Dampak Sistem Nilai Budaya Terhadap Eksistensi Bangsa*. Bandung: Angkasa, 2001.
- Mulyana, Deddy. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Rahmi, Pemandu Wisata yang merupakan anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia Kota Medan. Wawancara di Medan, tanggal 27 April 2013.
- Sinar, Tengku Lukman. *Sejarah Medan Tempo Doeloe*, cet. 19. Medan: Sinar Budaya Group, 2011.
- Tjitroesmi, Endang. *Peran Industri Kepariwisata dalam Perekonomian Nasional dan Daerah*. Jakarta: P2E-LIPI, 2003.