

**APLIKASI METODE *STORYTELLING* UNTUK  
MENINGKATKAN PENGALAMAN WISATA BUDAYA  
DI GOA GAJAH**

**Utik Kuntariati <sup>1\*</sup>, Putu Dian Yuliani Paramita <sup>2</sup>**

Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Indonesia <sup>12</sup>

Email: [utik.kuntariati@ipb-intl.ac.id](mailto:utik.kuntariati@ipb-intl.ac.id), [yuliani.paramita@ipb-intl.ac.id](mailto:yuliani.paramita@ipb-intl.ac.id)

---

**A B S T R A K**

Goa Gajah merupakan salah satu situs bersejarah dan budaya di Bali yang menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Dalam menyampaikan informasi budaya kepada wisatawan asing, kemampuan komunikasi dalam bahasa Inggris sangat diperlukan, terutama melalui teknik *Storytelling*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pemandu wisata di Goa Gajah memanfaatkan *Storytelling* dalam bahasa Inggris untuk meningkatkan pengalaman wisata budaya. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan metode observasi, wawancara mendalam dengan pemandu wisata, serta pengumpulan umpan balik dari wisatawan asing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Storytelling* mampu membuat pengalaman wisata menjadi lebih menarik dan membantu wisatawan lebih memahami nilai sejarah serta budaya yang ada. Namun, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh pemandu wisata, seperti keterbatasan kosakata, kesulitan dalam pengucapan, serta kurangnya pelatihan yang sistematis dalam teknik *Storytelling*. Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan yang lebih terstruktur agar pemandu wisata dapat mengembangkan keterampilan bercerita dengan lebih baik, sehingga pengalaman wisata di Goa Gajah semakin berkualitas.

---

**Kata Kunci:** *Storytelling*, Wisata Budaya, Pemandu Wisata, Komunikasi Bahasa Inggris, Goa Gajah

---

**A B S T R A C T**

*Goa Gajah is one of Bali's historical and cultural heritage sites that attracts both domestic and international tourists. Effective communication in English plays a crucial role in delivering cultural narratives to foreign visitors. This study aims to explore the utilization of Storytelling in English by tour guides at Goa Gajah to enhance the cultural tourism experience. Using a qualitative approach, data were collected through observations, in-depth interviews with tour guides, and feedback from international tourists. The results reveal that Storytelling techniques significantly contribute to engaging visitors, making historical and cultural information more accessible and memorable. However, challenges such as limited vocabulary, pronunciation difficulties, and the lack of structured Storytelling training hinder optimal delivery. The study suggests the need for targeted training programs to improve the Storytelling skills of tour guides, thereby enriching the overall tourism experience at Goa Gajah.*

---

**Keywords:** *Storytelling, Cultural Tourism, Tour Guides, English Communication, Goa Gajah*

---



*This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.*

*Copyright© 2024 by Author. Published by Universitas PGRI Mahadewa Indonesia.*

Received : February, 2025

Revised : March, 2025

Accepted : April, 2025

Published : May, 2025

## PENDAHULUAN

Goa Gajah di Bali merupakan salah satu situs warisan budaya yang memiliki nilai sejarah dan arkeologi yang tinggi. Sebagai destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara, peran pemandu wisata menjadi sangat penting dalam menyampaikan informasi sejarah dan budaya kepada pengunjung. Pada tahun 2023, jumlah pengunjung Goa Gajah di Bali mencapai 230.858 orang. Jumlah ini mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Berdasarkan data yang tersedia, kunjungan wisatawan ke Goa Gajah mengalami peningkatan signifikan. Pada periode *low season* rata-rata kunjungan mencapai 1.000 orang per hari, didominasi oleh wisatawan asal Eropa. Jumlah ini dapat meningkat hingga sekitar 1.500 orang per hari saat musim liburan tiba (Bali Politika, 2024). Kemampuan komunikasi dalam bahasa Inggris menjadi faktor utama dalam keberhasilan penyampaian informasi ini, terutama bagi wisatawan asing yang tidak memahami bahasa lokal.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dalam memahami sejarah dan budaya adalah teknik *Storytelling*. Menurut (Puspita et al., 2021), *Storytelling* adalah metode penyampaian informasi melalui narasi yang menarik, baik secara lisan maupun visual. Dalam pariwisata, teknik ini berperan penting dalam menghidupkan kembali kisah-kisah sejarah dan tradisi lokal, sehingga wisatawan dapat lebih memahami serta mengapresiasi nilai-nilai budaya yang ada di suatu destinasi.

Penelitian yang serupa juga telah dilakukan Choi (2016) dengan judul “*A Study on Effect of Tourism Storytelling of Tourism Destination Brand Value and Tourist Behavioral Intentions*” penelitian ini membahas efektivitas *storytelling* dalam meningkatkan nilai merek destinasi wisata dan niat kunjungan wisatawan. Studi ini dilakukan di destinasi wisata utama di Seoul dengan metode survei terhadap wisatawan asing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *storytelling* berpengaruh positif terhadap nilai merek destinasi, terutama dalam aspek pemahaman, daya tarik, edukasi, keunikan, dan emosionalitas. Selain itu, nilai merek destinasi juga memengaruhi niat wisatawan, termasuk keinginan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Temuan ini menegaskan bahwa *storytelling* yang menarik dan edukatif dapat meningkatkan pengalaman wisatawan, memperkuat daya tarik destinasi, serta membangun keterikatan emosional. Dengan demikian, penerapan strategi *storytelling* yang efektif dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata dan menarik lebih banyak wisatawan.

Namun, untuk menerapkan teknik *Storytelling* secara efektif, diperlukan penguasaan bahasa Inggris yang baik serta pemahaman mendalam mengenai sejarah dan budaya lokal. (Burdelski & Fukuda, 2019) menyatakan bahwa penggunaan narasi dalam promosi produk dapat memberikan dampak ekonomi yang signifikan. Dalam pariwisata, strategi ini dikenal sebagai *storynomics*, yaitu penggabungan *Storytelling* dengan aspek ekonomi untuk meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata. Di Indonesia, strategi ini telah banyak diterapkan untuk membangkitkan kembali sektor pariwisata dan ekonomi kreatif pasca pandemi (Mossberg et al., 2019).

Selain itu, penelitian oleh (Nilsson & Zillinger, 2020) menunjukkan bahwa *Storytelling* dalam video promosi destinasi wisata super prioritas mampu membangkitkan optimisme dan meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Hal ini membuktikan bahwa *Storytelling* tidak hanya efektif dalam menyampaikan informasi, tetapi juga dapat membentuk citra positif suatu destinasi wisata. Meskipun demikian, masih terdapat berbagai kendala dalam penerapan teknik ini, seperti keterbatasan kosakata, pengucapan yang kurang tepat, serta kurangnya pelatihan khusus bagi pemandu wisata terkait teknik *Storytelling*. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan terstruktur untuk meningkatkan keterampilan bahasa Inggris dan teknik *Storytelling* bagi pemandu wisata (Suhartanto et al., 2020).

Goa Gajah adalah situs arkeologi penting di Bali yang memiliki nilai historis, spiritual, dan budaya tinggi. Terletak di Desa Bedulu, Gianyar, situs ini diperkirakan berasal dari abad

ke-9 hingga ke-11 Masehi pada masa Kerajaan Bali Kuno (Ardika, 2013). Berfungsi sebagai tempat peribadatan dan meditasi bagi pendeta Hindu dan Buddha, situs ini mencerminkan perpaduan dua ajaran tersebut melalui berbagai peninggalan arkeologis (Suastika, 2005). Nama "Goa Gajah" diduga berasal dari relief kepala gajah di bagian luar gua serta keberadaan arca Ganesha di dalamnya, yang menunjukkan keterkaitannya dengan pemujaan Dewa Siwa (Goris, 1954).

Kompleks Goa Gajah terdiri dari gua utama yang berisi lingga dan yoni sebagai simbol pemujaan terhadap Siwa, serta kolam pemandian suci dengan enam patung perempuan yang memegang kendi, yang berfungsi untuk ritual penyucian (Wiana, 2010). Sinkretisme Hinduisme dan Buddhisme terlihat dari keberadaan stupa dan relung Buddha di sekitar kompleks ini, menunjukkan bahwa situs ini pernah menjadi tempat ibadah bagi dua komunitas keagamaan. Goa Gajah pertama kali didokumentasikan oleh peneliti Belanda pada tahun 1923, sementara kolam pemandian ditemukan dalam penggalian tahun 1954 oleh Dinas Purbakala Indonesia (Kempers, 1959).

Selain sebagai tempat meditasi, Goa Gajah memiliki relief dan patung yang menggambarkan mitologi Hindu, memberikan wawasan tentang kepercayaan masyarakat Bali pada masa lampau. Relief-relief ini mencerminkan sejarah dan spiritualitas yang masih dihormati hingga kini. Pengunjung dapat menikmati keindahan alam sekaligus mempelajari nilai budaya dan agama yang terkandung dalam situs ini (Suamba, 2016).

Pemandu wisata di Goa Gajah memiliki peran penting dalam menyampaikan cerita-cerita sejarah dan spiritual kepada pengunjung. Dalam menyampaikan informasi, pemandu wisata perlu menguasai berbagai aspek sejarah dan budaya terkait situs tersebut agar dapat memberikan penjelasan yang lengkap dan menarik (Levi et al., 2020). Selain itu, kemampuan untuk berkomunikasi dengan wisatawan asing, terutama dengan bahasa Inggris, juga sangat penting agar informasi yang diberikan dapat dipahami dengan baik. Goa Gajah, dengan segala keunikan dan nilai spiritualnya, menjadi tempat yang tidak hanya menarik untuk dikunjungi tetapi juga sangat penting dalam pelestarian budaya dan sejarah Bali.

Meskipun Goa Gajah merupakan salah satu situs warisan budaya yang memiliki nilai sejarah dan spiritual tinggi, masih terdapat kendala dalam penyampaian informasi sejarah dan budaya kepada wisatawan, khususnya wisatawan asing. Pemandu wisata memiliki peran penting dalam menjelaskan sejarah dan nilai-nilai budaya situs ini, tetapi keterbatasan dalam penguasaan bahasa Inggris serta kurangnya penerapan teknik *Storytelling* dapat menghambat efektivitas komunikasi. Selain itu, belum optimalnya penggunaan *Storytelling* dalam penyampaian informasi berpotensi mengurangi pengalaman wisatawan dalam memahami dan mengapresiasi situs ini. Sejauh mana penguasaan bahasa Inggris pemandu wisata di Goa Gajah dalam menyampaikan informasi kepada wisatawan asing menjadi salah satu pertanyaan utama yang perlu diteliti. Selain itu, efektivitas teknik *Storytelling* dalam meningkatkan pemahaman wisatawan terhadap sejarah dan budaya Goa Gajah juga perlu dieksplorasi lebih lanjut. Namun, dalam penerapannya, pemandu wisata sering menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan kosakata, pengucapan yang kurang tepat, serta kurangnya pelatihan khusus terkait *Storytelling* dalam bahasa Inggris (Mayuzumi, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi kendala yang dihadapi serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keterampilan bahasa Inggris dan teknik *Storytelling* bagi pemandu wisata. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya *Storytelling* dalam meningkatkan pengalaman wisata budaya sekaligus mendukung pelestarian dan promosi warisan budaya di Goa Gajah.

Pemanfaatan *Storytelling* bahasa Inggris oleh pemandu wisata di Goa Gajah dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan pengalaman wisata budaya bagi wisatawan asing. Dengan narasi yang menarik dan informatif, wisatawan tidak hanya mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai sejarah dan budaya Goa Gajah, tetapi juga merasa lebih terlibat secara

emosional dengan cerita yang disampaikan. Penerapan teknik ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan sekaligus berkontribusi dalam pelestarian serta promosi warisan budaya Indonesia.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam mengenai pemanfaatan *Storytelling* dalam bahasa Inggris oleh pemandu wisata di Goa Gajah, serta dampaknya terhadap pengalaman wisatawan dalam mengapresiasi nilai budaya dan sejarah tempat tersebut. Pendekatan kualitatif dipilih karena lebih sesuai untuk menggali pengalaman subyektif pemandu wisata dan wisatawan dalam konteks komunikasi budaya (Hua & Cole, 2023). Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui tiga metode utama: wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan diskusi kelompok terfokus (*Focus Group Discussion/FGD*).

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga metode utama. Pertama, wawancara mendalam telah dilakukan dengan pemandu wisata di Goa Gajah untuk memperoleh informasi mengenai pemahaman mereka terhadap teknik *Storytelling*, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang digunakan dalam menyampaikan cerita kepada wisatawan asing. Kedua, observasi partisipatif telah dilakukan dengan mengikuti aktivitas pemandu wisata secara langsung saat mereka berinteraksi dengan wisatawan. Observasi ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola komunikasi, penggunaan bahasa, serta efektivitas *Storytelling* dalam menjelaskan sejarah dan budaya situs. Ketiga, diskusi kelompok terfokus (*Focus Group Discussion/FGD*) telah dilakukan dengan melibatkan pemandu wisata dan wisatawan untuk menggali perspektif mereka terhadap penerapan *Storytelling* dalam bahasa Inggris di Goa Gajah (Ramkissoon, 2023).

Pertama, wawancara mendalam dilakukan dengan pemandu wisata di Goa Gajah untuk mengetahui cara para *tour guide* mengaplikasikan *Storytelling* dalam bahasa Inggris kepada wisatawan. Wawancara ini bertujuan untuk memahami teknik, tantangan, dan persepsi mereka terhadap pengaruh *Storytelling* terhadap pemahaman dan minat wisatawan (Wahyuningtyas et al., 2024). Selanjutnya, observasi partisipatif dilakukan untuk mengamati secara langsung bagaimana pemandu wisata menggunakan *Storytelling* dalam interaksi dengan wisatawan asing. Observasi ini memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana teknik *Storytelling* diterapkan dalam konteks nyata dan untuk mengidentifikasi dinamika komunikasi yang terjadi antara pemandu dan wisatawan (Carrozzino et al., 2018). Diskusi kelompok terfokus (FGD) untuk memperoleh data. Dalam penelitian ini, *Focus Group Discussion (FGD)* melibatkan tiga informan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai penerapan *Storytelling* dalam bahasa Inggris oleh pemandu wisata di Goa Gajah. Dalam penelitian ini, jumlah informan dalam *Focus Group Discussion (FGD)* ditetapkan sebanyak tiga orang dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pemilihan ini dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap mampu memberikan wawasan mendalam dan relevan terhadap topik penelitian. Metode *purposive sampling* dipilih karena penelitian ini lebih mengutamakan kualitas informasi dibandingkan kuantitas partisipan, sehingga meskipun jumlah informan terbatas, data yang diperoleh tetap memiliki kedalaman dan relevansi yang tinggi.

Ketiga informan dipilih berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan keterlibatan langsung dalam fenomena yang diteliti. Dalam konteks penelitian mengenai *storytelling* di Goa Gajah, informan terdiri dari pemandu wisata lokal yang memiliki pengalaman menyampaikan cerita sejarah dan budaya kepada wisatawan, akademisi atau praktisi pariwisata yang memahami konsep *storytelling* dalam pengelolaan destinasi budaya, serta wisatawan atau pelaku industri pariwisata yang dapat memberikan perspektif mengenai efektivitas *storytelling* dalam meningkatkan pengalaman wisata.

Meskipun jumlah informan kecil, pendekatan ini memastikan bahwa setiap partisipan memiliki kapasitas untuk memberikan informasi yang representatif dan mendalam mengenai fenomena yang dikaji. Selain itu, jumlah informan yang terbatas memungkinkan interaksi yang lebih intensif, diskusi yang lebih fokus, serta eksplorasi lebih dalam terhadap pendapat dan pengalaman masing-masing partisipan. Dengan demikian, pemilihan tiga informan dalam FGD menggunakan metode purposive sampling bertujuan untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh benar-benar relevan dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap tujuan penelitian.

Informan pertama adalah seorang pemandu wisata yang telah memiliki pengalaman lebih dari dua tahun dalam membimbing wisatawan di Goa Gajah serta aktif menggunakan bahasa Inggris dalam menjelaskan sejarah dan budaya situs tersebut (Cresswell, 2016). Pemilihannya didasarkan pada keterampilan komunikasi serta pemahamannya terhadap teknik *Storytelling* dalam membangun pengalaman wisata yang lebih menarik bagi wisatawan asing. Informan kedua adalah seorang wisatawan asing yang pernah mengikuti tur di Goa Gajah dan memiliki latar belakang sebagai penggemar sejarah dan budaya. Partisipasinya dalam FGD memberikan perspektif mengenai efektivitas *Storytelling* yang digunakan oleh pemandu wisata serta sejauh mana teknik ini meningkatkan pemahamannya terhadap nilai-nilai budaya yang disampaikan. Informan ketiga adalah seorang akademisi di bidang pariwisata dan komunikasi budaya yang memiliki keahlian dalam analisis strategi komunikasi dalam industri pariwisata (Eslami et al., 2019). Keikutsertaannya dalam diskusi ini bertujuan untuk memberikan pandangan profesional mengenai peran *Storytelling* dalam meningkatkan daya tarik wisata budaya serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam penerapannya. Melalui FGD ini, diperoleh wawasan yang lebih komprehensif mengenai efektivitas *Storytelling* dan kendala yang dihadapi pemandu wisata dalam menyampaikannya kepada wisatawan asing.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis tematik, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola utama dalam penggunaan *Storytelling* oleh pemandu wisata serta respons wisatawan terhadap teknik ini. Analisis tematik dipilih karena kemampuannya dalam mengungkap tema-tema yang muncul dari wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan diskusi kelompok terfokus (FGD) (Domínguez-Quintero et al., 2020).

Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, transkripsi data dilakukan untuk memastikan seluruh informasi yang diperoleh terdokumentasi dengan baik. Kedua, peneliti melakukan pembacaan ulang terhadap transkrip untuk memahami konteks data secara keseluruhan. Ketiga, proses pengkodean dilakukan dengan menandai kata kunci, frasa, atau kalimat yang relevan dengan penelitian ini. Kode-kode ini kemudian dikelompokkan ke dalam kategori yang lebih luas sesuai dengan tema yang muncul.

Selanjutnya, peneliti mengidentifikasi hubungan antartema serta menarik kesimpulan berdasarkan pola-pola yang ditemukan. Validitas data diperiksa dengan teknik triangulasi, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan FGD untuk memastikan konsistensi dan keakuratan informasi. Selain itu, member *checking* dilakukan dengan mengonfirmasi hasil temuan kepada informan guna meningkatkan kepercayaan terhadap data yang diperoleh. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk menjelaskan bagaimana *Storytelling* dalam bahasa Inggris dapat meningkatkan pengalaman wisata budaya di Goa Gajah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode *Storytelling* yang diterapkan oleh pemandu wisata di Goa Gajah berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman wisatawan terhadap sejarah dan budaya situs tersebut. Wisatawan lebih mudah mengingat informasi yang disampaikan melalui narasi dibandingkan dengan metode penyampaian konvensional. Selain

itu, interaksi antara pemandu wisata dan wisatawan menjadi lebih dinamis, dengan wisatawan lebih aktif mengajukan pertanyaan dan menunjukkan ketertarikan terhadap cerita yang disampaikan.

Dari hasil survei yang sudah dilakukan ada beberapa indikator yang sudah dinilai dalam penelitian ini. Adapun beberapa indikator yang ditemukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

**Tabel.1 Indikator Penilaian Pemahaman Wisatawan**

| Aspek                             | Indikator   | Tolak Ukur  |
|-----------------------------------|---|---|
| Pemahaman Sejarah                 | Pengetahuan tentang sejarah goa gajah                       | Wisatawan dapat memahami tentang perkembangan Goa Gajah dari waktu ke waktu                                       |
| Pemahaman Arsitektur              | Pemahaman simbolisme patung dan relief                      | Wisatawan dapat mengenali gua utama, Lingga-Yoni, kolam pemandian, dan relief                                     |
| Pemahaman Fungsi Religius         | Pengetahuan tentang fungsi Goa Gajah sebagai tempat ibada   | Wisatawan memahami bahwa situs ini digunakan untuk meditasi dan ritual keagamaan                                  |
|                                   | Kesadaran terhadap praktik keagamaan yang masih berlangsung | Wisatawan dapat mengetahui ritual yang masih dilakukan di situs   |
| Daya Ingat terhadap Informasi     | Kemampuan mengingat kembali informasi utama                 | Wisatawan dapat memahami legenda terkait dengan situs Goa Gajah   |
| Peningkatan Minat dan Partisipasi | Ketertarikan untuk belajar lebih lanjut                     | Wisatawan bertanya kepada pemandu atau mencari informasi tambahan   |
| Respon terhadap Storytelling      | Koneksi emosional dengan cerita                             | Wisatawan merasa terinspirasi atau memiliki kesan mendalam terhadap narasi yang disampaikan                       |
|                                   | Apresiasi terhadap teknik storytelling                      | Wisatawan menunjukkan reaksi positif, seperti tinggal lebih lama di lokasi atau aktif berinteraksi dengan pemandu |

Dari sisi pemandu wisata, hasil penelitian menunjukkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dan lebih mampu menyampaikan informasi secara menarik ketika menggunakan *Storytelling*. Penggunaan narasi dalam bahasa Inggris juga membantu pemandu wisata membangun hubungan yang lebih baik dengan wisatawan asing, meskipun terdapat beberapa kendala yang dihadapi. Kendala utama yang ditemukan meliputi keterbatasan kosakata dalam bahasa Inggris, kesulitan dalam membangun alur cerita yang menarik, serta kurangnya pelatihan khusus mengenai teknik *Storytelling*.

Selain itu, observasi menunjukkan bahwa wisatawan yang menerima informasi melalui *Storytelling* cenderung menghabiskan waktu lebih lama di situs dan menunjukkan ketertarikan yang lebih besar terhadap detail budaya dan sejarah yang disampaikan. Beberapa wisatawan juga mengungkapkan bahwa mereka lebih menikmati kunjungan mereka karena informasi yang diberikan lebih menarik dan mudah dipahami dibandingkan dengan penjelasan berbasis fakta saja. Adapun data hasil observasi dan survei yang telah dilakukan kepada 20 wisatawan adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Survei Sebelum dan Sesudah Kunjungan**

| Indikator                       | Sebelum Storytelling<br>(mean) | Sesudah Storytelling<br>(mean) | Peningkatan |
|---------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------|
| Pemahaman Sejarah               | 2,8                            | 4,6                            | 64%         |
| Pemahaman Arsitektur            | 3,0                            | 4,7                            | 56%         |
| Pemahaman Fungsi Religius       | 2,5                            | 4,4                            | 76%         |
| Daya Ingat terhadap Informasi   | 3,1                            | 4,8                            | 54%         |
| Peningkatan Minat & Partisipasi | 2,9                            | 4,5                            | 55%         |
| Respon terhadap Storytelling    | 3,2                            | 4,9                            | 53%         |

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa *Storytelling* merupakan metode yang efektif dalam meningkatkan pengalaman wisatawan di Goa Gajah. Namun, diperlukan upaya lebih lanjut dalam bentuk pelatihan dan pengembangan keterampilan bahasa Inggris bagi pemandu wisata untuk mengoptimalkan penerapan teknik ini.

### **Pembahasan**

Pembahasan penelitian ini mengacu pada hasil yang ditemukan terkait pemanfaatan *Storytelling* dalam bahasa Inggris oleh pemandu wisata di Goa Gajah untuk meningkatkan pengalaman wisata budaya. Berdasarkan wawancara dengan pemandu wisata, observasi lapangan, dan diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan wisatawan, dapat disimpulkan bahwa teknik *Storytelling* sangat efektif dalam meningkatkan keterlibatan wisatawan, terutama dalam hal pemahaman dan apresiasi terhadap situs budaya yang dikunjungi.

Metode *storytelling* dalam wisata budaya bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan wisatawan dengan cara menyampaikan informasi sejarah dan budaya secara lebih menarik dan interaktif. Salah satu indikator keterlibatan wisatawan yang dapat diukur adalah durasi interaksi dengan pemandu atau narasi. Wisatawan yang lebih lama mendengarkan *storytelling* menunjukkan bahwa mereka tertarik dan terlibat dalam pengalaman wisata. Selain itu, peningkatan jumlah pertanyaan yang diajukan setelah mendengar *storytelling* juga menjadi tolok ukur bahwa wisatawan ingin mengetahui lebih dalam tentang situs yang dikunjungi.

Indikator lainnya adalah partisipasi dalam kegiatan wisata, di mana wisatawan yang terlibat dalam aktivitas interaktif menunjukkan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi. Misalnya, setelah mendengar narasi tentang sejarah dan ritual di Goa Gajah, wisatawan yang tertarik dapat mencoba ritual sederhana, seperti menyentuh arca atau berpartisipasi dalam sesi meditasi singkat. Aktivitas ini mencerminkan keterlibatan aktif wisatawan terhadap situs budaya.

Selain itu, respon emosional dan ekspresi wisatawan juga menjadi indikator penting dalam mengukur keterlibatan mereka. Wisatawan yang menunjukkan ekspresi antusias, seperti tersenyum, tertawa, atau memberikan respons emosional terhadap cerita yang disampaikan, menunjukkan bahwa *storytelling* berhasil menarik perhatian mereka. Reaksi spontan seperti berdecak kagum atau memberikan komentar positif juga mencerminkan keterlibatan yang tinggi dalam pengalaman wisata budaya.

Untuk mendukung indikator tersebut adapun kutipan sesi wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah seperti ini "Cerita-cerita yang dibagikan oleh pemandu wisata di Goa Gajah sangat membantu saya memahami lebih dalam tentang arti penting tempat ini dalam konteks sejarah Bali, sehingga saya merasa lebih menghargai tempat ini." (Hasil Wawancara dengan Wisatawan, 2025).

Hasil wawancara dengan pemandu wisata menunjukkan bahwa *Storytelling* bukan hanya sekadar menyampaikan informasi, melainkan juga untuk menciptakan hubungan

emosional antara wisatawan dan budaya setempat. Pemandu wisata menggunakan cerita-cerita tradisional dan mitologi yang terkait dengan Goa Gajah untuk memberikan konteks lebih dalam terhadap situs tersebut. Cerita ini, disampaikan dalam bahasa Inggris, memungkinkan wisatawan asing untuk memahami sejarah dan makna budaya dari tempat yang mereka kunjungi (Pribadi et al., 2021).

Hal ini sejalan dengan temuan penelitian oleh (Pribadi et al., 2021b) yang menunjukkan bahwa *Storytelling* dapat memperkaya pengalaman wisata budaya dengan memberikan makna yang lebih dalam. Pemandu wisata juga memanfaatkan interaksi aktif dengan wisatawan, seperti bertanya atau mengundang wisatawan untuk berbagi pengalaman mereka sendiri, yang memperkuat keterlibatan mereka dalam cerita. Teknik ini memperlihatkan bahwa *Storytelling* bukan hanya sebuah teknik penyampaian informasi, tetapi juga alat untuk menciptakan pengalaman yang lebih personal dan mendalam bagi wisatawan (Khairina et al., 2020).

Selain itu, observasi lapangan menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar di Goa Gajah dapat dijadikan jembatan komunikasi yang efektif, mengingat sebagian besar wisatawan berasal dari berbagai negara dengan latar belakang budaya yang berbeda. Meskipun ada tantangan terkait pemahaman bahasa, terutama bagi wisatawan yang tidak fasih berbahasa Inggris, pemandu wisata mengadaptasi cara penyampaian cerita dengan bahasa yang lebih sederhana dan menyenangkan.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun bahasa bisa menjadi penghalang, *Storytelling* dalam bahasa Inggris tetap dapat diterima dan meningkatkan pengalaman wisata, seperti yang dijelaskan oleh (Indriani et al., 2020). Pemandu wisata yang mampu mengemas cerita dalam bahasa yang mudah dipahami, meskipun tidak menggunakan bahasa Inggris secara sempurna, dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap efektif.

Diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan wisatawan juga memberikan wawasan tentang seberapa besar dampak *Storytelling* terhadap pengalaman mereka. Mayoritas peserta FGD menyatakan bahwa cerita yang disampaikan oleh pemandu wisata memberikan konteks yang lebih dalam terhadap situs budaya yang mereka kunjungi, yang meningkatkan pemahaman mereka tentang nilai sejarah dan spiritual Goa Gajah.

Wisatawan mengungkapkan bahwa *Storytelling* membuat mereka merasa lebih terhubung dengan situs tersebut dan memberi mereka perspektif yang lebih luas tentang budaya Bali. Beberapa peserta bahkan mengatakan bahwa pengalaman mereka lebih mendalam dan mereka lebih tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang budaya Bali setelah mendengarkan cerita yang disampaikan oleh pemandu. Hal ini sejalan dengan temuan oleh (Moreira et al., 2024) yang menyatakan bahwa *Storytelling* dapat membuat wisatawan lebih menghargai dan tertarik terhadap budaya yang mereka temui.

Namun, terdapat tantangan yang perlu diperhatikan, yaitu variasi pemahaman terhadap cerita yang disampaikan. Beberapa wisatawan merasa bahwa penggunaan bahasa Inggris yang terlalu rumit terkadang mengurangi pemahaman mereka, terutama bagi wisatawan yang tidak fasih berbahasa Inggris.

Hal ini menunjukkan pentingnya kemampuan pemandu wisata untuk menyesuaikan tingkat bahasa dengan audiens mereka. Pemandu wisata yang mampu menyederhanakan cerita, sambil tetap menjaga esensi dan makna budaya yang ingin disampaikan, akan lebih efektif dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian (Kusumah & Andrianto, 2023), yang menunjukkan bahwa penyesuaian bahasa sangat penting dalam komunikasi wisata agar dapat menjangkau audiens yang beragam.

Secara keseluruhan, pemanfaatan *Storytelling* dalam bahasa Inggris di Goa Gajah terbukti dapat meningkatkan pengalaman wisatawan. Teknik ini tidak hanya memberikan informasi sejarah dan budaya yang lebih dalam, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih menarik bagi wisatawan. Walaupun ada tantangan terkait bahasa, hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa *Storytelling* tetap menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisata budaya di destinasi tersebut.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Penelitian ini mengeksplorasi penggunaan *Storytelling* dalam bahasa Inggris oleh pemandu wisata di Goa Gajah untuk meningkatkan pengalaman wisata budaya. Hasil wawancara, observasi, dan diskusi dengan wisatawan menunjukkan bahwa *Storytelling* efektif menciptakan keterlibatan emosional antara wisatawan dan situs budaya, dengan pemandu menyampaikan sejarah dan budaya secara menarik serta mengajak wisatawan berpartisipasi. Penggunaan bahasa Inggris cukup efektif meskipun ada tantangan bagi wisatawan yang kurang fasih, namun pemandu yang menyesuaikan penyampaian dengan bahasa lebih sederhana tetap mampu meningkatkan pengalaman wisatawan. *Storytelling* juga membuat wisata lebih personal dan mendalam, sehingga wisatawan merasa lebih terhubung dengan budaya Bali dan Goa Gajah. Namun, variasi pemahaman bahasa menjadi tantangan yang mengharuskan pemandu memilih kata dan struktur bahasa dengan bijak. Secara keseluruhan, *Storytelling* dalam bahasa Inggris di Goa Gajah memberikan dampak positif, meningkatkan pengalaman wisata budaya, dan menarik minat wisatawan, menjadikannya teknik yang efektif dalam sektor pariwisata untuk memperkuat daya tarik destinasi.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pemandu wisata di Goa Gajah diberikan pelatihan khusus dalam teknik *Storytelling* yang efektif. Pelatihan ini dapat mencakup pengembangan keterampilan komunikasi, teknik membangun alur cerita yang menarik, serta penggunaan ekspresi vokal dan gestur yang mendukung penyampaian narasi. Selain itu, pelatihan juga perlu difokuskan pada peningkatan kemampuan berbahasa Inggris agar pemandu wisata dapat menyampaikan cerita dengan lebih percaya diri dan mudah dipahami oleh wisatawan mancanegara.

Program pelatihan dapat dilakukan secara berkala melalui lokakarya atau kelas intensif yang melibatkan praktisi *Storytelling* profesional serta ahli sejarah dan budaya Bali. Selain itu, simulasi langsung dengan wisatawan atau sesi praktik bercerita di lokasi wisata dapat menjadi metode yang efektif untuk meningkatkan keterampilan pemandu. Pemerintah daerah atau pengelola situs wisata juga dapat berkolaborasi dengan institusi pendidikan dan lembaga pelatihan untuk menyusun modul pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan pemandu wisata di Goa Gajah.

Sebagai langkah lanjutan, evaluasi berkala terhadap efektivitas penerapan *Storytelling* juga diperlukan untuk memastikan bahwa metode ini benar-benar memberikan dampak positif bagi pengalaman wisatawan. Evaluasi dapat dilakukan melalui survei kepuasan wisatawan serta observasi terhadap peningkatan interaksi antara pemandu dan wisatawan selama tur berlangsung. Dengan demikian, penerapan *Storytelling* tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata budaya di Goa Gajah tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian warisan budaya secara berkelanjutan.

## **REFERENSI**

- Bali Politika. (2024, December 12). *Naik 70 Persen, Wisman ke Goa Gajah Tembus 1.000 Per Hari*. Bali Politika.
- Burdelski, M., & Fukuda, C. (2019). Multimodal membership categorization and storytelling in a guided tour. *Pragmatics and Society*, 10(3), 337–358. <https://doi.org/10.1075/ps.18013.bur>.

- Carrozzino, M., Colombo, M., Tecchia, F., Evangelista, C., & Bergamasco, M. (2018). Comparing Different Storytelling Approaches for Virtual Guides in Digital Immersive Museums. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 10851 LNCS, 292–302. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-95282-6\\_22](https://doi.org/10.1007/978-3-319-95282-6_22)
- Choi, S. S. (2016). A study on effect of tourism storytelling of tourism destination brand value and tourist behavioral intentions. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(46), 1-6.
- Cresswell. (2016). *Qualitative inquiry & research design. design \_ Choosing among five approaches. (1)* (Vol. 1), 338 - 400.
- Domínguez-Quintero, A. M., González-Rodríguez, M. R., & Paddison, B. (2020). The mediating role of experience quality on authenticity and satisfaction in the context of cultural-heritage tourism. *Current Issues in Tourism*, 23(2), 248–260. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1502261>.
- Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(9), 1061–1079. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1689224>.
- Galih Kusumah, A. H., & Andrianto, T. (2023). Narrative Crafting in Tourism Destinations: An Autoethnographic Exploration of Storytelling Techniques for Tour Guides. *Journal of Tourism Sustainability*, 3(1), 19–27. <https://doi.org/10.35313/jtospolban.v3i1.72>.
- Hua, C., & Cole, S. (2023). Influence of Psychological Factors on Participation and Life Satisfaction in the Context of Travel and Tourism after Spinal Cord Injury. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(1). <https://doi.org/10.3390/ijerph20010516>.
- Iman Pribadi, T., Suganda, D., & Saefullah, K. (2021a). Pariwisata Berbasis Masyarakat Dan Dampaknya Terhadap Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan: Tinjauan Pustaka *Jurnal Sosial Dan Sains*, 1(2), 1–8.
- Iman Pribadi, T., Suganda, D., & Saefullah, K. (2021b). Pariwisata Berbasis Masyarakat Dan Dampaknya Terhadap Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan: Tinjauan Pustaka *Jurnal Sosial Dan Sains*, 1(2), 1–8.
- Indriani, M. N., Widyatmika, M. A., Mahapatni, I. A. P. S., & Wardani, A. A. A. C. (2020). The existence of traditional Balinese architecture on Puri and Umah. *Journal of Physics: Conference Series*, 1469(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1469/1/012028>.
- Khairina, E., Purnomo, E. P., & Malawnai, A. D. (2020). Sustainable Development Goals: Kebijakan Berwawasan Lingkungan Guna Menjaga Ketahanan Lingkungan Di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 26(2), 155. <https://doi.org/10.22146/jkn.52969>.
- Lv, X., Li, C. (Spring), & McCabe, S. (2020). Expanding theory of tourists' destination loyalty: The role of sensory impressions. *Tourism Management*, 77. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104026>.
- Mayuzumi, Y. (2022). Is meeting the needs of tourists through ethnic tourism sustainable? Focus on Bali, Indonesia. *Asia-Pacific Journal of Regional Science*, 6(1), 423–451. <https://doi.org/10.1007/s41685-021-00198-4>.
- Moreira, A. C., Costa, R. A. da, & de Sousa, M. J. N. (2024). Is a Good Story Enough? A Critical Analysis of Storyteller Roles in Tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. <https://doi.org/10.1177/10963480241251450>.
- Mossberg, L., Therkelsen, A., Huijbens, E. H., Björk, P., & Olsson, A. K. (2010). Storytelling and Destination Development. *Nordic Innovation Centre (NICE) Project Number: 08041 Authors: , December*, 1–65.

- Nilsson, J. H., & Zillinger, M. (2020). Free guided tours: storytelling as a means of glocalizing urban places. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(3), 286–301. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1772866>.
- Puspita, D., Mandasari, B., & Sari, K. (2021). Peningkatan Pengetahuan Penyusunan Soal Berbasis HOTS Pada Guru Bahasa Inggris SMA Negeri 1 Kota Gajah. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1).
- Ramkissoo, H. (2023). Perceived social impacts of tourism and quality-of-life: a new conceptual model. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 442–459. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1858091>.
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2020). Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867–879. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1568400>.
- Wahyuningtyas, D., Hamidah, N., Sumarno, W. K., Yurenaudia, A., Maharani, D. S. D., & Trirahardjo, M. R. (2024). Developing storytelling for tour guide to build global branding in Desa Wisata Jajar Gumregah. *Journal of Community Service and Empowerment*, 5(2), 442–447. <https://doi.org/10.22219/jcse.v5i2.28647>.