

**GAYA KOMUNIKASI PEMANDU WISATA DALAM  
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PENGUNJUNG  
MUSEUM SINGHASARI**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya,  
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.Kom.)

Oleh:

**Muhammad Rafli Ilham Ramadhan  
NIM. B95219114**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
JURUSAN KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI ILMUKOMUNIKASI  
SURABAYA**

**2026**

## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rafli Ilham Ramadhan  
NIM : B95219114  
Prodi : Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul ***GAYA KOMUNIKASI PEMANDU WISATA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PENGUNJUNG MUSEUM SINGHASARI*** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 12 Maret 2026  
Yang membuat pernyataan,



Muhammad Rafli Ilham Ramadhan  
B95219114

## **LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Nama : Muhammad Rafli Ilham Ramadhan  
NIM : B95219114  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : GAYA KOMUNIKASI PEMANDU  
WISATA DALAM MEMBANGUN BRAND  
AWARENESS PENGUNJUNG MUSEUM  
SINGHASARI

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 12 Maret 2026  
Menyetujui Pembimbing,



Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si.  
NIP.197312171998032002

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**


**GAYA KOMUNIKASI PEMANDU WISATA DALAM  
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PENGUNJUNG MUSEUM  
SINGHASARI**

**SKRIPSI**

Disusun Oleh  
Muhammad Rafli Ilham Ramadhan  
B95219114

telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu  
pada tanggal 30 Maret 2026  
Tim Penguji

Penguji I



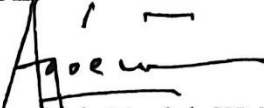
Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si.  
NIP 197312171998032002

Penguji II



Dr. Pardianto S.Ag., M.Si.  
NIP 197306222009011004

Penguji III



Dr. Agges Moh. Moefad, SH, M.Si.  
NIP 197008252005011004

Penguji IV



Muchlis, S.Sos.I, M.Si  
NIP 19791124200912100

Surabaya, 06 April 2026  
Dekan,  
  
Muchlis Cholul Arif, S.Ag. M. Fil.I.  
NIP 110171998031001





UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MUHAMMAD RAFU ILLAH RAMADHAN  
 NIM : B95219114  
 Fakultas/Jurusan : FAKULTAS DAKWAH & KOMUNIKASI / ILMU KOMUNIKASI  
 E-mail address : Ilhanramadhan007@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi     Tesis     Desertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

GAYA KOMUNIKASI PEMANDU WISATA DALAM MEMBANGUN BRAND  
AWARENESS PENUNJUNG MUSEUM SINGHA SARI

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 APRIL 2026

Penulis

(M. RAFU ILLAH R )  
nama terang dan tanda tangan

## ABSTRAK

**Muhammad Rafli Ilham Ramadhan, B95219114, 2026. gaya komunikasi pemandu wisata dalam membangun *Brand Awareness* pengunjung museum singhasari.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi pemandu wisata dalam proses kepemanduan di Museum Singhasari, memahami pengalaman komunikasi pengunjung, serta mengkaji perannya dalam membentuk *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan uji keabsahan melalui triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi dalam kepemanduan bersifat interaktif dan kontekstual. Pemandu menerapkan gaya komunikasi adaptif, naratif, dan dialogis melalui pembacaan audiens, penggunaan storytelling, serta interaksi dua arah yang mendorong keterlibatan pengunjung. Proses ini menghasilkan pengalaman komunikasi yang partisipatif dan bermakna.

Penelitian ini menemukan bahwa *brand awareness* tidak terbentuk dari eksposur informasi semata, melainkan dari pengalaman komunikasi yang dialami secara langsung. Pengalaman tersebut memperkuat kemampuan pengunjung dalam mengenali, mengingat, dan membangun asosiasi terhadap Museum Singhasari. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi berperan sebagai proses pembentukan makna dan pengalaman yang mendukung penguatan *brand awareness*.

Kata kunci: gaya komunikasi, pemandu wisata, pengalaman komunikasi, *brand awareness*

## ABSTRACT

**Muhammad Rafli Ilham Ramadhan, B95219114, 2026. The Communication Styles of Tour Guides in Building Visitors' *Brand Awareness* at the Singhasari Museum.**

This study aims to analyze the communication styles of tour guides in guiding activities at the Singhasari Museum, to understand visitors' communication experiences, and to examine their role in shaping *brand awareness*. This research employs a descriptive qualitative approach. Data were collected through observation, in-depth interviews with tour guides and visitors, and documentation. Data analysis was conducted using an interactive model consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing, with validity ensured through triangulation.

The findings reveal that communication in guiding activities is interactive and contextual. Tour guides apply adaptive, narrative, and dialogic communication styles through audience *awareness*, storytelling, and two-way interaction that encourage active visitor engagement. These processes create communication experiences that are participatory and meaningful.

The study also finds that *brand awareness* is not formed solely through information exposure, but through direct communication experiences. These experiences strengthen visitors' ability to recognize, *recall*, and associate the Singhasari Museum as an educational tourism destination. The findings highlight that communication functions not only as information delivery but as a process of meaning-making that contributes to strengthening *brand awareness*.

Keywords: communication style, tour guides, communication experience, *brand awareness*

## المخلص

أسلوب NIM B95219114، محمد رفلي إلهام رمضان، 2026  
تواصل مرشد السياحة في بناء الوعي بالعلامة التجارية لدى زوار متحف  
سينغاساري.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أساليب الاتصال لدى المرشدين السياحيين  
في تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أساليب الاتصال لدى المرشدين  
،السياحيين في متحف سينغاساري، وفهم تجربة الاتصال لدى الزوار  
ودراسة دور هذه الأساليب في تشكيل الوعي بالعلامة لديهم. استخدمت  
الدراسة المنهج النوعي الوصفي، حيث جُمعت البيانات من خلال  
الملاحظة، والمقابلات المتعمقة مع المرشدين والزوار، إضافة إلى  
الوثائق. وتم تحليل البيانات باستخدام نموذج التحليل التفاعلي الذي يشمل  
تقليص البيانات وعرضها واستخلاص النتائج، مع التحقق من صحتها  
من خلال التثليث.

أظهرت النتائج أن عملية الاتصال في الإرشاد السياحي تتسم بالتفاعلية  
والسياقية. حيث يوظف المرشدون أساليب اتصال تكيفية وسردية  
وحوارية من خلال قراءة الجمهور، واستخدام السرد القصصي، وبناء  
تفاعل ثنائي الاتجاه يُعزز مشاركة الزوار. ويسهم ذلك في تكوين تجربة  
اتصال تتسم بالمشاركة والمعنى.

كما بينت الدراسة أن الوعي بالعلامة لا يتشكل من خلال نقل المعلومات  
فقط، بل من خلال تجربة الاتصال المباشرة. وتسهم هذه التجربة في  
تعزيز قدرة الزوار على التعرف على المتحف وتذكره وبناء ارتباط ذهني  
به كوجهة سياحية تعليمية. وتؤكد هذه النتائج أن الاتصال يمثل عملية  
لبناء المعنى والتجربة بما يسهم في تعزيز الوعي بالعلامة.

،الكلمات المفتاحية: أسلوب الاتصال، المرشد السياحي، تجربة الاتصال  
الوعي بالعلامة

## DAFTAR ISI

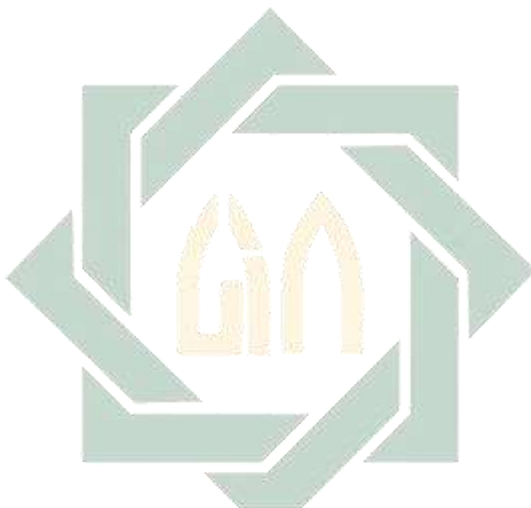
SAMPUL DALAM .....	ii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
المخلص .....	x
KATA PENGANTAR .....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xiii
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR TABEL .....	xix
<b>BAB I</b> <b>1</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
1. Secara Teoritis .....	4
2. Secara Praktis .....	5
3. Secara Akademik dan Institusional .....	5
E. Definisi Konsep .....	5
1. Gaya Komunikasi .....	5

2.	Pemandu Wisata .....	6
3.	Pengalaman Komunikasi .....	7
4.	<i>Brand Awareness</i> .....	7
F.	Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II 10</b>		
A.	Kajian Perspektif Teoretik .....	10
1.	Gaya Komunikasi .....	10
2.	Pemandu Wisata .....	19
3.	<i>Brand Awareness</i> .....	25
4.	Teori Interaksi Simbolik .....	31
5.	Kerangka Berpikir .....	37
B.	Kajian Perspektif Dakwah Islam .....	39
C.	Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	42
<b>BAB III 48</b>		
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	48
B.	Lokasi Penelitian .....	49
C.	Jenis dan Sumber Data .....	50
D.	Teknik Penentuan Informan .....	52
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	53
F.	Teknik Analisis Data .....	55
G.	Teknik Validitas Data .....	57
<b>BAB IV 60</b>		
A.	Gambaran Umum Penelitian .....	60
B.	Penyajian Data .....	67
C.	Analisis Data .....	80

**BAB V 102**

**DAFTAR PUSTAKA.....105**

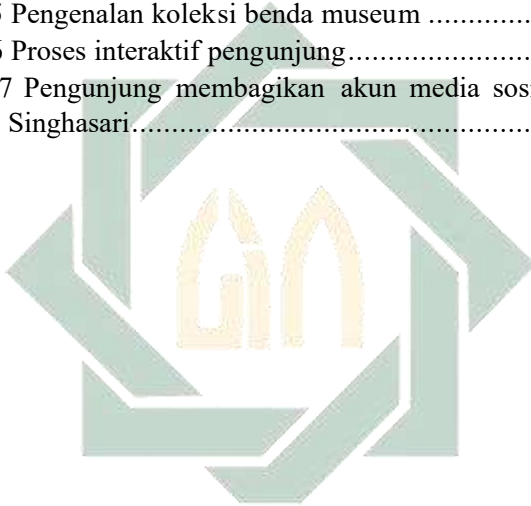
**LAMPIRAN..... 110**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

## DAFTAR GAMBAR

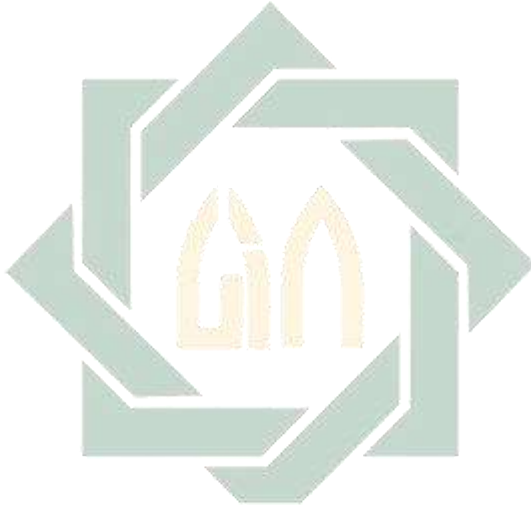
Gambar 4. 1 Museum Singhasari .....	60
Gambar 4. 2 Layanan Kepemanduan .....	61
Gambar 4. 3 Interaksi pemandu dan pengunjung .....	62
Gambar 4. 4 Proses pengenalan audien .....	68
Gambar 4. 5 Pengenalan koleksi benda museum .....	71
Gambar 4. 6 Proses interaktif pengunjung.....	74
Gambar 4. 7 Pengunjung membagikan akun media sosial Museum Singhasari.....	79



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Alur kerangka berpikir .....39



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Yuliana Pinaringsih Kristiutami, D. P. Dewi, and Didin Syarifuddin. *PENGARUH PENGALAMAN MUSEUM EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI MUSEUM SRI BADUGA*. 2020.
- S. Macdonald. *A Companion to Museum Studies*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2010.
- J. A. DeVito. *The Interpersonal Communication Book (Sixteenth Edition)*. United Kingdom: Pearson Education, 2022.
- H. Blumer. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Los Angeles: University of California Press, 1986.
- D. A. Aaker. *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: Simon & Schuster Inc., 1991.
- B. Weiler and R. Black. *Tour Guiding Research: Insights, Issues and Implications*. Channel View Publications. United Kingdom: Channel View Publications, 2015.
- R. Norton. *Communicator style : theory, applications, and measures*. Beverly Hills: Sage Publications, 1983.
- T. Hebrew and E. Cohen. *The Origins , Structure and Dynamics of a Role*. 1965.
- D. Agung Trisliatanto. *the Competency Development Model Based on Performance Orientation and Team Work*. 2016.
- B. H. Spitzberg and G. Changnon. *Conceptualizing Intercultural Competence*. 2022.
- K. L. Keller and V. Swaminathan. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. United Kingdom: Pearson, 2019.
- G. H. Mead. *Mind, Self & Society*. University of Chicago Press, 2015.
- A. Nasution. *FILSAFAT PENDIDIKAN ISLAM*. Yogyakarta: Nas Media Pustaka, 2022.
- P. D. Prof. Azyumardi Azra, M.A., M.Phil. *Pendidikan Islam: Tradisi dan Modernisasi di tengah Tantangan Milenium*

III. Jakarta: Prenada Media, 2019.

- B. Weiler and K. Walker. *Enhancing the visitor experience: Reconceptualising the tour guide's communicative role*. 2014.
- P. H. Sarjana, Harliantara, and N. A. F. S. Maella. *Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi terhadap Brand Awareness pada Museum di Indonesia*. 2025.
- A. M. W. Leong, S. S. Yeh, Y. Zhou, C. W. Hung, and T. C. Huan. *Exploring the influence of historical storytelling on cultural heritage tourists' value co-creation using tour guide interaction and authentic place as mediators*. 2024.
- S. Arfani, R. Martiwi, and H. Andes. *Communication Strategy Used in the Interaction Between Local Guides and Foreign Tourists When Guiding in Museum Kesejarahan Jakarta*. 2021.
- Mukaromah and L. Umaroh. *Komunikasi Pelaku Wisata Pada Proses Penceritaan Destinasi Wisata Kota Lama Semarang*. 2023.
- D. Sulistyono, M. Putriana, M. A. Imsa, and W. P. Sari. *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Tourguide Terhadap Kepuasan Pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah*. 2024.
- P. Pusparani, A. F. Rachman, M. H. Hutagalung, S. F. Boediman, and M. Enggriani. *The Role of Tour Guides in Enhancing Tourist Experience and Satisfaction at Taman Mini Indonesia Indah Jakarta*. 2025.
- R. S. Haryanti and S. Setyawan. *Strategi Manajemen Kesan Pemandu Wisata dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Galeri Lokananta*. 2025.
- M. Salim, H. S. Sarjono, and E. Widiyowati. *Komunikasi Interpersonal Antara Tour Guide Dan Pengunjung Dalam Membangun Rasa Cinta Kebudayaan Di Pura Mangkunegaran Solo*. 2024.
- K. K. Lastari and I. K. Nurhayati. *Kompetensi Komunikasi Pemandu Wisata dalam Aktivitas Wisata Religi di Masjid*

- Al-Jabbar Bandung*. 2025.
- M. A. Prof. DR. Lexy J. Moleong. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- J. W. Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: SAGE, 2014.
- J. W. Creswell and C. N. Poth. *Something for everyone: A review of qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. California: Sage Publications, 2019.
- A. M. H. Matthew B. Miles. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Los Angeles: Sage Publications, 2018.
- Yossy Indra. *Wawancara Langsung*. Museum Singhasari, 2026.
- Adhika Erwien. *Wawancara Langsung*. Museum Singhasari, 2026.
- Linda Listya. *Wawancara Langsung*. Museum Singhasari, 2026.
- Rachma Utami Pratiwi & Riyan Berlian. *Wawancara Langsung*. Museum Singhasari, 2026.
- Hilda. *Wawancara Langsung*. Museum Singhasari, 2026.
- Kasiono. *Wawancara Langsung*. Museum Singhasari, 2026.
- Ricky Irawan & Radhika Ren Wanasari. *Wawancara Langsung*. Museum Singhasari, 2026.
- Annisa Fildza Dafina & Keyza Maylaffay Z. *Wawancara Langsung*. Museum Singhasari, 2026.
- M. Asbi, S. F. Firdaus, and L. Hamidah. *Strategi Dan Pendekatan Dakwah Di Era Digital Pada Pemikiran Al Bayanuni*. 2025.
- N. Auliana and F. Razi. *ADAPTASI KOMUNIKASI DAKWAH MAHASISWA INDONESIA TERHADAP BUDAYA SANTRI MALAYSIA DI POMDOK ANNADLOH DALAM PROGRAM KKN INTERNASIONAL*. 2025.
- L. Hakim, Mursam, L. A. Jabbar, and S. Herlambang. *ETIKA KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN: STUDI KOMPARATIF DENGAN TEORI*

*KOMUNIKASI KONTEMPORER*. 2025.

- Riska Amelia Putri, Mutifatul Hamdiyah, and Adhi Kusuma. *Analisis Model Komunikasi Dakwah yang Efektif dalam Kehidupan Sehari-hari*. 2025.
- Ciwuk Musiana Yudhawasthi. *Reviving the Hanacaraka: Digital Storytelling for Educating and Preserving the Javanese Script and Oral Traditions At Museum Sonobudoyo Yogyakarta*. 2025.
- A. I. F. Baihaqi and A. S. Pahlevi. *Perancangan Game "Museoma" Sebagai Media Pengenalan Arca Di Museum Mpu Purwa*. 2025.
- N. Yuniati and L. Soliandri. *Modernisasi Dan Peningkatan Pelayanan Di Museum Pendidikan Indonesia Yogyakarta*. 2025.
- Pitaya and Ghifari Yuristiadhi Masyhari Makasi. *Penguatan Storytelling Dalam Format Digital Untuk Wisata Sejarah Di Museum Pusat TNI-AU Dirgantara Mandala*. 2022.
- M. Bima Rizqi, Aldi Saputra, Rizky Putra E, and Mohammad Insan Romadhan. *Asimilasi Atraksi Budaya Dan Edukasi Dalam Museum Tokoh Surabaya*. 2025.
- F. R. Mahardika and I. P. Putri. *Peran Komunikasi dalam Meningkatkan Pemahaman Denah Jawa Barat di Museum Sri Baduga*. 2026.
- A. A. Soekamto and N. N. Abdullah. *Dialogic virtuosity of messages on Instagram account @Sevinch.cos.id as an effort to get consumer engagement*. 2025.
- T. Zulviandito, A. W. Utomo, and A. T. Susanti. *Interaksi Simbolik dalam Upacara Adat Seren Taun di Kecamatan Cigugur : Perpektif Herbert Blumer*. 2025.
- D. K. Harahap and E. Ritonga. *Strategi Public Relations Berbasis Digital untuk Promosi Museum Perkebunan Indonesia*. 2025.
- L. S. Andari. *Strategi rebranding museum sandi yogyakarta dalam membangun brand awareness*. 2025.

- A. O. Fahm. *Transmitting the Teachings of Islam in Contemporary Times*. 2019.
- Z. L. Fikri. *Membangun Komunikasi Dakwah Dalam Perspektif Aco-campus ((Studi Kasus Pengembangan Eco-Campus UIN Sunan Ampel Surabaya)*. 2021.
- R. D. Fitriyah. *Reformulation of Da'wah Communication Paradigm in the Post-Pandemic Era*. 2022.
- M. C. Arif. *Quo Vadis Komunikasi Islam: Menuju Penyeimbangan Nalar Kritis dan Pragmatis di Tengah Global Village*. 2012.
- S. Huda. *Paradigma Ilmu Dakwah dan Pengembangannya melalui Kajian Empiris*. 2004.
- S. Sulaeman, I. Sulastri, and A. Nurdin. *Dramaturgi Komunikasi Dakwah Para Da'i di Kota Ambon: Pola Pengelolaan Kesan di Panggung Depan*. 2018.
- A. Nurdin, N. Hanifah, and B. A. Zulkarnain. *Revolusi Dakwah*. Bantul: Ladang Kata, 2024.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A