

COMMUNICATION BARRIERS FOR TOUR GUIDES AT THE BLAMBANGAN BANYUWANGI MUSEUM IN IMPLEMENTING PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGIES TO OPTIMIZE EDUCATIONAL TOURISM

Juariyah, Fauziyah, Yeni Dwi Indrawati, Putri Robiatul Adawiyah, Parto

¹ Department of Communication Studies, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

² Department of Legal studies, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

³ Department of Communication Studies, Universitas Muhammadiyah, Indonesia

⁴ Department of Public Administration, Universitas Muhammadiyah, Indonesia

⁵ Department of Indonesian Language and Literature Education, Universitas Jember, Indonesia

✉ juariyah@unmuhjember.ac.id

fauziyah@unmuhjember.ac.id

dwiveni408@gmail.com

putri.ra@unmuhjember.ac.id

parto.fkip@unej.ac.id

Abstract

Blambangan Museum serves as an educational tourism destination that introduces the history and culture of Banyuwangi, specifically targeting Generation Z. As an educational hub, the museum strives to package historical learning in an engaging manner to increase the interest and participation of Generation Z visitors. However, many in this demographic perceive museums as dull environments and tend to focus more on visual documentation for social media rather than understanding the historical and cultural significance during their visit. This study aims to analyze the communication barriers faced by Blambangan Museum guides in implementing persuasive communication strategies to optimize educational tourism for Generation Z. The research utilizes Cutlip and Center's theory as a theoretical framework to understand the effectiveness of persuasive communication. A descriptive qualitative method was employed with purposive sampling techniques. Data were collected through in-depth interviews with museum guides and Generation Z visitors, participant observation, and documentation. Data analysis involved data reduction, data display, and inductive conclusion drawing. The results identify two primary barriers: language constraints and limited message delivery effectiveness. Overall, despite these hurdles, the implemented strategies have successfully increased participation, learning interest, and visitor satisfaction among Generation Z in Banyuwangi.

Keywords: *Blambangan Museum; Persuasive Communication; Generation Z*

HAMBATAN KOMUNIKASI PEMANDU WISATA MUSIUM BLAMBANGAN BANYUWANGI DALAM MENERAPKAN STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF UNTUK MENGOPTIMALKAN WISATA EDUKASI

Abstrak

Museum Blambangan merupakan destinasi wisata edukasi yang memperkenalkan sejarah dan budaya Banyuwangi, khususnya kepada Generasi Z. Sebagai salah satu destinasi wisata edukasi, Museum Blambangan berupaya mengemas pembelajaran

sejarah secara menarik untuk meningkatkan minat dan partisipasi pengunjung Generasi Z. Namun, banyak Generasi Z menganggap museum sebagai tempat yang membosankan dan lebih berfokus pada dokumentasi visual daripada memahami sejarah dan budaya selama kunjungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hambatan komunikasi Guide Museum Blambangan Banyuwangi dalam Menerapkan Strategi Komunikasi Persuasif untuk mengoptimalkan wisata edukasi terutama bagi Generasi Z. Pada penelitian ini menggunakan teori Cutlip dan Center sebagai landasan teoritis dalam memahami efektifitas komunikasi persuasif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan Guide Museum Blambangan dan pengunjung Generasi Z, observasi partisipatif, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara induktif. Hasilnya, Hambatan dalam penerapannya, yakni Bahasa dan keterbatasan efektivitas penyampaian pesan. Secara keseluruhan, strategi ini berhasil meningkatkan partisipasi, minat belajar, dan kepuasan pengunjung Generasi Z Banyuwangi dalam wisata edukasi di Museum Blambangan.

Kata kunci: Musium Blambangan; Komunikasi Persuasif; Generasi Z

1. Pendahuluan

Di antara berbagai destinasi wisata edukasi, museum menjadi pilihan yang sangat diminati untuk berwisata edukasi. Museum adalah tempat yang dirancang untuk akses publik. Museum berfungsi untuk mengumpulkan, melestarikan, dan memamerkan sejarah budaya masyarakat untuk dipelajari, diteliti, dan dinikmati. Museum dapat dianggap sebagai tempat penyimpanan artefak bersejarah, yang dimaksudkan untuk dilihat oleh publik dan diteliti secara ilmiah untuk memperluas pengetahuan dan memberikan kesempatan rekreasi (Habib Hariyadi et al., 2022). Dalam operasionalnya, Museum Blambangan memiliki Guide/pemandu museum, dimana tugas Guide museum yaitu memandu, mengarahkan, menjelaskan, dan memberikan informasi kepada para pengunjung Museum Blambangan. Menurut Suyitno (dalam Yanita et al., 2023) Pemandu Wisata/Guide merupakan individu berkompeten yang mendampingi wisatawan, menyuguhkan informasi, arahan, dan anjuran selama kegiatan perjalanan mereka. Pemandu wisata/Guide adalah komponen penting dalam kegiatan pariwisata. Pemandu wisata sangat penting dalam mengatur kejadian selama tur dan merupakan faktor penting dalam keberhasilan bisnis perjalanan. Museum Blambangan memiliki potensi yang signifikan untuk menjadi tujuan wisata edukasi yang menarik bagi Generasi Z di Banyuwangi. Namun demikian, terdapat permasalahan yang dihadapi untuk merealisasikan potensi tersebut. Generasi Z, yang akrab dengan interaksi dinamis dan teknologi, sering kali menganggap kunjungan ke museum sebagai sesuatu yang membosankan, karena tidak adanya kegiatan partisipatif. Kunjungan mereka lebih menekankan pada dokumentasi visual untuk media sosial daripada meningkatkan pemahaman tentang sejarah dan budaya yang ditampilkan. Maka, strategi komunikasi persuasif yang menarik dari Guide museum sangat penting untuk mengubah perspektif generasi Z tentang museum dari tempat kuno menjadi tempat yang penuh dengan pengalaman instruktif dan signifikan. Selain itu, berdasarkan pengamatan dan testimoni pengunjung, banyak yang merasa bahwa pengalaman berkunjung ke museum lain tidak dipandu secara baik, sehingga kurang meninggalkan kesan mendalam dibandingkan dengan pengalaman di Museum Blambangan. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan Guide yang mampu menerapkan strategi komunikasi persuasif secara efektif menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman edukatif yang bermakna bagi pengunjung,

khususnya generasi Z. Tantangan ini menjadi fokus penting dalam meningkatkan daya tarik wisata edukasi di Banyuwangi, terutama dalam menanamkan pentingnya sejarah dan budaya lokal kepada generasi muda.

2. Metode

Penelitian tentang Komunikasi Persuasif yang sudah diteliti sebelumnya antara lain penelitian yang dilakukan Shafa Athaya Nafisah (2024), berjudul “Komunikasi persuasif Jogja *Good Guide* di Generasi Z pada Wisata Sejarah Kotagede Yogyakarta”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi serta menelaah bentuk komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Jogja *Good Guide* yang sesuai dengan karakteristik generasi Z. merujuk pada penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa, Jogja *Good Guide* menggunakan komunikasi persuasif dalam menyampaikan materi wisata sejarah di Kotagede kepada generasi Z. Aspek yang diteliti meliputi komunikator (*tour guide*), pesan, saluran, penerima, umpan balik, efek, dan lingkungan. Penelitian ini menekankan pentingnya komunikasi persuasif yang ringan dan atraktif dalam menarik minat generasi Z, serta berpotensi mengembangkan program serupa di Yogyakarta.

Elaboration Likelihood Model (ELM) merupakan suatu teori komunikasi yang menerangkan proses individu dalam mengolah pesan dan dampaknya terhadap sikap dan perilaku audiens. Teori ini menyatakan bahwa semua individu memiliki metode pemrosesan informasi yang bervariasi, sehingga memengaruhi sejauh mana sebuah pesan dapat mengubah sikap atau perilaku seseorang (Dewi, 2022). *Elaboration Likelihood Model* (ELM), yang awalnya diusulkan oleh Petty dan Cacioppo pada tahun 1980, dianggap sebagai sebuah kerangka yang komprehensif untuk mengatur, mengklasifikasikan, dan memahami proses-proses mendasar yang mendasari kemampuan komunikasi persuasif (Surjadi, 2022).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mendapatkan wawasan tentang fenomena kompleks yang tidak dapat direduksi menjadi angka dan statistik. Penelitian kualitatif merupakan metodologi penelitian yang memberikan hasil yang tidak bisa dicapai melalui pendekatan kuantitatif atau metode statistik (Murdiyanto, 2020). Menurut Craswell (dalam Murdiyanto, 2020), pendekatan kualitatif sebagai rangkaian penelitian yang memanfaatkan pendekatan untuk meneliti sebuah peristiwa sosial serta isu-isu kemanusiaan. Penelitian kualitatif dalam studi ini dilakukan melalui pendekatan yang bersifat deskriptif. Bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh *Guide* Museum Blambangan dalam rangka menarik minat generasi Z di Banyuwangi terhadap wisata edukasi, serta hambatan yang dihadapi *Guide* Museum Blambangan dalam menerapkan strategi tersebut. Melalui penelitian kualitatif, penelitian ini akan mengungkap respons generasi Z terhadap upaya persuasif tersebut serta implikasinya bagi optimalisasi wisata edukasi di Museum Blambangan. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik penarikan sumber data *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel terarah di mana partisipan dipilih berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga dapat memfasilitasi tanggapan yang sesuai dengan pertanyaan penelitian (Lenaini, 2021). Oleh karena itu, pemilihan sampel mengacu pada pertimbangan atau karakteristik spesifik yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti. Adapun kriteria dalam penelitian ini mencakup:

1. *Guide* Museum Blambangan yang telah berdedikasi selama lebih dari lima tahun.
2. Enam orang informan dari kalangan Generasi Z yang berdomisili di Banyuwangi, berusia antara 15 – 24 tahun, serta pernah berkunjung ke Museum Blambangan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini seperti yang dikemukakan Ulber Silahi menyatakan bahwa proses kajian mencakup tiga tahap utama yang berlangsung serempak: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi

3. Hasil dan Pembahasan

Hambatan adalah segala halangan, rintangan, atau batasan yang dapat mengurangi keefektifan suatu proses atau upaya untuk memperoleh maksud yang ditetapkan. Dalam ranah komunikasi, hambatan menjadi faktor-faktor yang menghalangi atau menghambat pengiriman, penerimaan, dan pemahaman komunikasi antara pengirim pesan dan penerima pesan. Dalam mengoptimalkan strategi komunikasi persuasif pada Generasi Z, Guide Musuem Blambangan menghadapi beberapa hambatan dalam proses ini. Hambatan tersebut mempengaruhi keefektifan dalam penyampaian informasi dan komunikasi kepada Generasi Z. Sebagai pelaku utama, Generasi Z menunjukkan ciri khas yang membedakannya dari generasi sebelumnya, sehingga hambatan yang dirasakan terkesan cukup mempengaruhi proses berlangsungnya strategi ini. Hambatan-hambatan ini perlu diidentifikasi dan diatasi agar strategi komunikasi persuasif yang dilakukan Guide Museum Blambangan dalam mengoptimalkan wisata edukasi pada Generasi Z di Banyuwangi dapat berlangsung efektif dan terstruktur. Berikut adalah beberapa hambatan yang dialami Guide Museum Blambangan dalam strategi komunikasi persuasif untuk mengoptimalkan wisata edukasi pada Generasi Z di Banyuwangi:

3.1. Bahasa

Komponen utama dari strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Guide Museum Blambangan dalam menyampaikan pengetahuan kepada Generasi Z adalah Bahasa. Pemilihan Bahasa yang tepat sangat berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi, terutama dalam ranah wisata edukasi, yang berusaha menyajikan konten sejarah dan budaya dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Meskipun demikian, hambatan praktis muncul dalam penggunaan Bahasa, terutama ketika banyak koleksi museum berisi istilah atau nama objek yang kurang dikenal oleh pengunjung Generasi Z. Hambatan ini menyebabkan kesulitan pada Guide dalam menyampaikan informasi, karena Generasi Z lebih menyukai komunikasi langsung dan tidak rumit yang sesuai dengan gaya berpikir mereka. Jika penjelasan menggunakan istilah teknis atau akademis yang berlebihan, pengunjung bisa jadi tidak tertarik dan kesulitan memahami informasi yang disajikan. Guide Museum Blambangan mengakui bahwa Bahasa merupakan hambatan yang signifikan dalam komunikasi persuasif, karena artefak museum sering kali mengandung istilah-istilah yang baru bagi Generasi Z. Dalam sebuah wawancara, Bayu (33) mengatakan,

“Bahasa komunikasi menjadi hambatan utama bagi saya dalam proses penyampaian informasi, karena secara Bahasa benda atau koleksi di dalam museum tidak familiar bagi Generasi Z. sehingga, memilih diksi atau Bahasa komunikasi harus tepat agar mereka bisa memahami maksud dari penyampaian Guide.” Bayu (33)

Untuk mengatasi hambatan Bahasa dalam berinteraksi dengan Generasi Z, Guide Museum Blambangan menerapkan berbagai upaya untuk meningkatkan keefektifan dan daya tarik dalam penyebaran informasi kepada pengunjung Generasi Z. Upaya yang dilakukan adalah menjelaskan istilah-istilah sejarah atau arkeologi yang rumit dengan menggantinya menggunakan Bahasa yang lebih mudah dipahami, namun tetap mempertahankan makna informatifnya. Guide berupaya mengidentifikasi padanan kata yang lebih sederhana, dan jika memungkinkan menghubungkannya dengan aspek-aspek pengalaman sehari-hari Generasi Z untuk meningkatkan pemahaman.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Fadillah Fidyah Wati (2017) yang berjudul “Kemampuan Komunikasi Persuasif Pengelola Museum Provinsi Sulawesi Tengah”,

penelitian ini membahas bagaimana pengelola museum menggunakan komunikasi persuasif untuk menyampaikan informasi kepada pengunjung. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa salah satu hambatan utama dalam komunikasi persuasif di museum adalah penggunaan Bahasa yang rumit dimengerti oleh pengunjung, terutama karena banyaknya sebutan ilmiah yang tidak familiar. Dengan demikian, strategi penggunaan Bahasa yang lebih sederhana dan relevan dengan audiens menjadi solusi alternatif yang efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan pengunjung. Demikian pula, hasil ini sejalan dengan penelitian Dwi Erfina Sari dan Juariyah (2023) yang berjudul “Hambatan Komunikasi Antarbudaya Perantau Banyuwangi di Jepang”, penelitian tersebut menunjukkan bahwa salah satu hambatan utama dalam proses komunikasi adalah perbedaan Bahasa, yang menyebabkan terjadinya miskomunikasi antara perantau dan masyarakat lokal.

3.2. Keterbatasan Efektivitas Penyampaian Pesan

Keterbatasan efektivitas penyampaian pesan menjadi salah satu hambatan yang dihadapi Guide Museum Blambangan dalam menjalankan strategi komunikasi persuasif kepada Generasi Z. Hambatan ini bukan disebabkan oleh durasi kunjungan museum, melainkan kecenderungan Generasi Z yang kurang menyukai aktivitas dengan durasi panjang. Akibatnya, penyampaian informasi sering kali tidak optimal karena mereka lebih cepat kehilangan fokus jika penjelasan terlalu panjang dan mendetail.

Seorang Guide Museum Blambangan, Bayu (33), dalam wawancara menyampaikan:

“Generasi Z cenderung tidak menyukai kegiatan yang memakan waktu lama. Hal ini membatasi kapasitas Guide untuk memberikan penjelasan mendalam mengenai semua koleksi. Mereka mudah kehilangan fokus jika penjelasan terlalu panjang. Untuk mengatasi hambatan ini, Guide memilih menanyakan tentang koleksi yang menarik minat mereka. Hal ini memungkinkan Guide untuk memberikan penjelasan yang lebih terfokus dan efektif, meskipun waktu yang tersedia untuk berinteraksi terbatas.”

Hambatan ini menunjukkan perlunya solusi khusus dalam memanfaatkan waktu yang terbatas. Guide perlu mengelola komunikasi secara efektif dengan memprioritaskan koleksi yang menarik perhatian terbesar. Upaya ini menjamin bahwa informasi yang disampaikan tetap sesuai dengan minat mereka, sehingga mencegah kebosanan dan ketidaktertarikan. Selain itu, keterbatasan efektivitas penyampaian pesan ini mengharuskan para Guide untuk menyajikan informasi dengan cara yang lebih ringkas, padat, dan edukatif. Hal ini sangat penting untuk menjamin bahwa tujuan edukasi museum tercapai, sekaligus memastikan pesan persuasif tersampaikan dengan baik. Hambatan ini dapat diatasi tanpa mengorbankan kualitas pengalaman museum dengan menggunakan pendekatan yang efisien dan memprioritaskan kebutuhan pengunjung.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan Yulianti Fajar Wulandari et al. (2023) yang berjudul “Tantangan Komunikasi di Era Digital: Memahami Generasi Z”, di mana penelitian ini membahas bagaimana Generasi Z memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi informasi secara cepat dan lebih menyukai komunikasi berbasis virtual serta ringkas. Penelitian tersebut menyoroti bahwa Generasi Z terbiasa dengan konten singkat dan instan, sehingga pesan yang terlalu panjang dapat dengan mudah diabaikan atau tidak menarik perhatian mereka.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa dalam menerapkan strategi komunikasi persuasif untuk Generasi Z di Museum Blambangan, ada dua hambatan utama yang muncul, yaitu: Bahasa dan keterbatasan waktu. Hambatan Bahasa muncul karena banyak koleksi museum menggunakan istilah-istilah sejarah yang kurang dikenal oleh Generasi Z. Oleh karena itu, Guide harus menyederhanakan Bahasa dan mengaitkan pengetahuan dengan pengalaman yang relevan untuk meningkatkan pemahaman. Selain itu, keterbatasan efektivitas penyampaian pesan juga menjadi hambatan tersendiri karena

Generasi Z biasanya memiliki rentang perhatian singkat dan lebih menyukai penjelasan yang ringkas. Untuk mengatasi hal ini, Guide menyampaikan informasi secara ringkas, memprioritaskan koleksi yang menarik perhatian pengunjung, dan menggunakan pendekatan interaktif untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

4. Kesimpulan

Hambatan-Hambatan yang dihadapi oleh Guide Museum Blambangan dalam Menerapkan Strategi Komunikasi Persuasif kepada Generasi Z di Banyuwangi untuk Mengoptimalkan Wisata Edukasi: Dalam penelitian ini mengidentifikasi hambatan yang dihadapi oleh Guide Museum Blambangan dalam menerapkan strategi komunikasi persuasif untuk mengoptimalkan wisata edukasi kepada Generasi Z di Banyuwangi. Terdapat hambatan utama yaitu, penggunaan Bahasa yang tidak familiar bagi Generasi Z dan keterbatasan efektivitas penyampaian pesan yang menghambat penyebaran informasi secara efisien. Dalam mengatasi kedua hambatan tersebut Guide Museum Blambangan menggunakan upaya-upaya yang telah disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z, dengan tujuan agar pesan dan informasi yang disampaikan dapat diterima secara efektif.

Beberapa saran sebagai temuan dalam artikel yang berjudul Hambatan Komunikasi Persuasif Guide Museum Blambangan dalam Mengoptimalkan Wisata Edukasi (Studi Kasus pada Generasi Z di Banyuwangi), memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Kepada pihak pengelola Museum Blambangan, dapat meningkatkan fasilitasnya dengan menyediakan sajian informasi yang lebih dinamis, menggabungkan teknologi pendukung seperti layar digital dan teknologi-teknologi lainnya, serta mengoptimalkan penataan ruang untuk kenyamanan pengunjung. Museum Blambangan juga harus memperluas kerja sama dengan sekolah dan universitas untuk meningkatkan kunjungan edukasi, sehingga museum menjadi tempat tujuan pembelajaran yang lebih menarik untuk sejarah dan budaya lokal bagi Generasi Z di Banyuwangi.
- b. Guide Museum Blambangan terus meningkatkan komunikasi persuasif dan memanfaatkan media komunikasi dengan sebaik mungkin agar mengoptimalkan pengalaman wisata edukasi yang menarik dan menyenangkan bagi Generasi Z di banyuwangi.
- c. Penelitian selanjutnya dapat menganalisis efektivitas berbagai teknik persuasi yang diterapkan oleh Guide Museum Blambangan dalam meningkatkan pemahaman dan minat Generasi Z terhadap sejarah serta budaya lokal. Selain itu, disarankan untuk menerapkan metode kuantitatif agar dampak langsung dari strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Guide Museum Blambangan dapat diukur secara objektif, sehingga hasil penelitian lebih akurat dan mendalam.

Referensi

- [1] Andrea, B., Gabriella, H. C., & Tímea, J. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- [2] Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective public relations* (9th ed.). Kencana.
- [3] Dewi, W. W. A. (2022). *Teori perilaku konsumen*. UB Press
- [4] Juariyah, Aini, D. Q., Ningtyas, B. K., & Pribadi, K. (2022). *Strategi Komunikasi*

Pemasaran Wisata Baru Dalam Memadukan Konsep Wisata Alam Serta Edukasi Di Desa Kemiri Kabupaten Jember. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 5(2), 44–55.

- [5] Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- [6] Murdiyanto, E. (2020). Metode penelitian kualitatif (Teori dan aplikasi disertai contoh proposal). In Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta Press (1st ed.). Yogyakarta press. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx
- [7] Nabillah, S., Sumitra, N. R., & Rohimah, I. (2024). Revolusi teknologi: Implementasi Museum Teknologi dalam menciptakan pariwisata interaktif di era society 5.0. *Jurnal Pesona Pariwisata*, 3(1), 26–32.
- [8] Nafisah, S. A. (2024). *Komunikasi persuasif Jogja Good Guide di Generasi Z pada wisata sejarah Kotagede Yogyakarta*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- [9] Sadya, S. (2022). *Indonesia miliki 439 museum pada 2020, berikut sebarannya*. DataIndonesia.Id. Diakses pada 8 Desember 2024, dari <https://dataindonesia.id/varia/detail/indonesia-miliki-439-museum-pada-2020-berikut-sebarannya>
- [10] Surjadi, C. C., Teofilus, Gosal, G. G., Setiobudi, A., & Mudzakkir, M. F. (2022). Paradigma ELM (Elaboration Likelihood Model) pada UMKM makanan ringan: Studi eksperimental. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(3), 317–331. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i3.7445>
- [11] Yanita, N., Wimeina, Y., Yasmine, A., & Putra, F. (2023). Pelatihan pemandu wisata bagi anggota Pokdarwis Paingan Desa Wisata Nagari Guguk Kuranji Hilir Padang Pariaman. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 7(4), 514–552. <https://doi.org/10.20473/jlm.v7i4.2023.514->



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)