

Persepsi wisatawan china terhadap *body language* sebagai alat komunikasi dengan karyawan *frontliner* di holiday inn resort bali benoa

Nyoman Ani Trisna Dewi, Anak Agung Putri Sri, Putu Ratih Pertiwi

DIV Pariwisata, Jl. DR. R. Goris No. 7 Denpasar,

Telp / Fax (0361) 223798, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Email : anitrisnadewi@gmail.com

Abstrak

Perkembangan pariwisata terjadi hampir di seluruh Bali yang menyebabkan ketatnya persaingan akomodasi terutama hotel. Hotel adalah salah satu akomodasi yang digemari oleh wisatawan sebagai tempat menginap selama liburan. Wisatawan yang datang ke Bali berasal dari berbagai Negara salah satunya adalah China. Jumlah wisatawan China yang datang belakangan ini cukup besar namun, tidak banyak sumber daya manusia yang dapat berbahasa Mandarin. Bahasa Mandarin adalah bahasa utama dari Republik Rakyat China. Hal ini juga terjadi di Holiday Inn Resort Bali Benoa, Kabupaten Badung. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap *body languages* karyawan *frontliner* di Holiday Inn Resort Bali Benoa. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara terstruktur, kuesioner, studi kepustakaan/dokumentasi. Penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan 100 responden yang dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan *skala likert*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *body language* dalam berkomunikasi dengan wisatawan China meliputi gerakan kinesik, gerakan mata, *touching*, dan *paralanguage*. Persepsi wisatawan terhadap *body language* karyawan yaitu dari 11 pertanyaan yang diberikan kepada 100 responden, skor rata-rata yang diperoleh adalah 3.71 termasuk kategori setuju.

Kata Kunci : persepsi wisatawan, *body language*, komunikasi,

Abstract

The rapid development of tourism, which occurs in nearly all accommodation in Bali, caused a very tight competition, especially in hospitality industry. Hotel is one of accommodation that is popular with tourists as a place to stay during the holiday. Tourist that coming to Bali are from various countries one of them is Chinese tourist. The number of Chinese tourist who came to Bali is quite large. However, not many human resources who can speak mandarin. Mandarin is the main language of the people's Republic of China. This is also happening in Holiday Inn Resort Bali Benoa, Badung Regency. Therefore, this study is conducted to determine the tourist perception regarding the body language of the frontliner in Holiday Inn Resort Bali Benoa. The type of data used are primary data and secondary data. Data collection techniques are observation, structured interviews, questionnaires and literature/documentation. This study uses slovin formula with 100 respondents were analyzed using qualitative descriptive analysis and likert scale. This study has showned that the implementation of body language in communicating with Chinese tourist covering kinesik movements, eye movements, touching and paralanguage. Regarding 11 questions that has been given to 100 respondents, the average score is 3.71, where the category is "agree". However there are still responses related to touching indicator, which state "hesitant".

Keywords :tourist perception, body language, communication.

1. Pendahuluan

Industri Pariwisata merupakan Industri yang menawarkan keramahtamahan kepada konsumen yang dalam hal ini adalah wisatawan. Pariwisata merupakan salah satu Industri terbesar didunia dan berkembang sebagai salah satu pilar perekonomian Indonesia. Hal ini disebabkan karena sektor pariwisata telah memberikan kontribusi yang cukup besar khususnya devisa bagi bangsa Indonesia. Indonesia merupakan negara kepulauan dan memiliki potensi yang sangat besar dan menjadi salah satu tujuan wisata utama didunia tanpa mengesampingkan potensi wisata daerah lain. Apabila membicarakan tentang tujuan wisata yang ada di Indonesia, maka tidak lepas dengan Bali. Bali adalah salah satu pulau dan provinsi yang ada di Indonesia yang memiliki adat istiadat yang kuat, panorama alam yang indah serta keramahtamahan penduduknya, budaya yang unik dan khas Bali yang tidak dimiliki oleh daerah lain. Hal tersebut adalah alasan bagi para wisatawan untuk datang mengunjungi dan berwisata di Bali. Pulau Dewata ini juga memiliki peluang dalam mengembangkan pariwisatanya seperti sosial budaya, ekonomi, politik dan hal yang paling penting adalah keamanan Negara.

Pulau seribu pura ini memiliki kekuatan yang menyebabkan pembangunan begitu pesat. Hampir di setiap pelosok Bali dibangun akomodasi pariwisata, destinasi pariwisata yang mulai dibangun dan dikembangkan sehingga Bali menjadi tempat wisata yang terkenal di dunia. Terkenalnya Bali menyebabkan Bali tidak dapat menghindari perkembangan globalisasi. Bali menjadi salah satu daerah yang memiliki aksesibilitas baik karena pariwisata merupakan kegiatan ekonomi yang sangat kompleks yang merupakan gabungan dari suatu aktivitas, fasilitas dan juga jasa sehingga biasanya menggerakkan perekonomian di segala sektor. Perkembangan pariwisata ini pada dasarnya dipengaruhi oleh jumlah kunjungan wisatawan dan potensi yang dimiliki oleh Bali.

Perkembangan pariwisata Bali, baik kota maupun desa tergolong cepat di antaranya termasuk Tanjung Bena yang terletak di ujung selatan pulau Bali yaitu bagian dari Kabupaten Badung selatan. Di Tanjung Bena ini telah terjadi perkembangan pariwisata sehingga terjadinya persaingan yang ketat pada hampir semua bidang, terutama industri akomodasi yang merupakan salah satu industri yang bergerak di bidang jasa seperti hotel. Hotel adalah salah satu akomodasi pariwisata yang cukup memegang peran penting di dunia pariwisata. Hotel merupakan akomodasi yang banyak digemari oleh wisatawan pada era ini sebagai tempat untuk menginap selama berlibur atau urusan bisnis.

Wisatawan yang datang ke Bali berasal dari berbagai negara di belahan dunia, untuk memberikan pelayanan baik kepada wisatawan setiap usaha jasa akomodasi tentunya memilih sumber daya manusia yang handal dan berkompetensi mulai dari pengetahuan (*knowledge*) hingga kemampuan berbahasa asing. Kemampuan berbahasa asing sangat diperlukan dalam industri pariwisata untuk menciptakan komunikasi yang baik dengan wisatawan, mengingat wisatawan yang berkunjung ke Bali datang dari berbagai Negara. Terciptanya komunikasi yang baik tentunya akan berpengaruh pada pelayanan dan kepuasan wisatawan pada saat menginap di hotel, begitu juga sebaliknya jika terjadi komunikasi yang kurang baik maka wisatawan akan merasa pelayanan yang diberikan kurang memuaskan, karena tidak sesuai dengan yang mereka inginkan. Komunikasi adalah suatu proses interaksi dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (Cangara, 2016).

Pada saat ini wisatawan China menjadi *target market* utama sebagian besar hotel yang ada di Bali, hal ini dapat dilihat pada kunjungan wisatawan China yang datang ke Bali mengalami peningkatan setiap tahunnya. Seperti yang dilansir oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali tahun 2016 adapun data kunjungan wisatawan China yang datang ke Bali periode tahun 2011 sampai dengan 2015 yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan china ke bali periode 2011-2015

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan (orang)	Persentase (%)
2011	236.686	8,59%
2012	310.904	10,57%
2013	387.533	11,82%

2014	586.300	15,57%
2015	688.469	17,02%
Rata-rata	442.015	12,75%

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2016.

Tabel 1 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan China yang datang ke Bali dalam kurun waktu 5 tahun (2011-2015) mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan rata-rata 12,75%. Jumlah kunjungan wisatawan China terbanyak yang datang ke Bali pada tahun 2015 yaitu dengan persentase 17,02%. Jika dilihat wisatawan China mampu memberikan kontribusi yang cukup tinggi dalam kepariwisataan Bali, hal ini terbukti dengan jumlah kunjungan wisatawan China yang datang ke Bali dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, tentunya hal ini juga berdampak pada penyedia jasa akomodasi di Bali. Semakin bertambahnya jumlah kunjungan wisatawan China, penyedia akomodasi di Bali seperti hotel, *restaurant*, *tourist information* bersaing untuk memperoleh wisatawan. Untuk memperoleh wisatawan para penyedia jasa akomodasi tersebut tentunya memberikan pelayanan yang terbaik kepada wisatawan.

Dalam menghadapi atau melayani wisatawan China ada satu kendala yang dihadapi oleh setiap karyawan hotel maupun penyedia usaha jasa akomodasi lainnya yang ada di Bali. Kendala tersebut adalah berkomunikasi dengan wisatawan China. hal ini dikarenakan sebagian besar wisatawan China tidak menguasai bahasa Inggris sebagai bahasa internasional, begitu juga sebaliknya para karyawan hotel dan penyedia usaha jasa akomodasi lainnya sebagian besar belum menguasai bahasa Mandarin sebagai bahasa nasional wisatawan China. Untuk bisa saling berinteraksi dan memahami antara karyawan hotel atau penyedia jasa akomodasi dengan wisatawan China, mereka berkomunikasi dengan menggunakan *body languages* atau dengan menggunakan bahasa tubuh untuk mengisyaratkan sesuatu agar saling memahami dan tidak terjadinya *miss communication*.

Hal yang serupa juga terjadi pada Holiday Inn Resort Benoa. Holiday Inn Resort Bali Benoa yang didirikan pada 1 April 2015 yang terletak di Jalan Pratama No.86 Tanjung Benoa Kuta Selatan. Hotel ini memiliki 171 kamar dengan 10 tipe kamar yang berbeda serta memiliki fasilitas seperti restoran dan *bar*, *resort center*, *pools*, *kids club* dan Spa. Wisatawan yang menginap di Hotel ini berasal dari berbagai Negara dan berbagai daerah. Sebagian besar wisatawan yang menginap di Hotel ini adalah wisatawan China. Hal ini dikarenakan *target market* Holiday Inn Benoa Resort Bali sebesar 60% adalah wisatawan China. Hal ini dapat dilihat melalui jumlah kunjungan wisatawan China ke Holiday Inn Resort Benoa periode Bulan Mei 2015 sampai dengan Bulan April 2016 pada Tabel 1.3.

Tabel 2. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke holiday inn resort bali benoa periode mei 2015-april 2016

No	Bulan	Jumlah Kunjungan Wisatawan (Orang)					
		China	Hongkong	Australi	USA	India	Korea
1.	Mei	544	644	946	722	736	840
2.	Juni	642	406	536	538	392	480
3.	Juli	664	484	664	624	574	548
4.	Agustus	866	730	772	514	436	612
5.	September	896	724	852	720	656	784
6.	Oktober	768	600	720	660	660	480
7.	November	862	735	800	812	600	675
8.	Desember	968	721	843	781	630	780
9.	Januari	1.022	680	900	842	832	840
10.	Februari	1.065	710	912	868	820	852
11.	Maret	966	718	857	891	778	849
12.	April	1.265	738	870	843	792	861
Total		10.546	7890	9672	8815	7906	8601

Sumber : Revenue Holiday Inn Resort Benoa, 2016.

Berdasarkan Tabel 2. dapat dilihat wisatawan China memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Holiday Inn Resort Benoa, tercatat 10.546 orang yang berkunjung atau menginap di Holiday Inn Resort Benoa dalam kurun waktu 1 tahun. Kebanyakan dari para wisatawan China yang menginap di Holiday Inn Resort Benoa kurang mengerti dengan bahasa Inggris, begitu juga dengan karyawan *frontliner* pada Holiday Inn Resort Benoa. Karyawan *frontliner* merupakan orang pertama yang bertemu dengan tamu serta orang-orang yang melakukan interaksi langsung dengan wisatawan yang menginap termasuk dengan wisatawan China. Namun, tidak seorangpun dari *frontliner* tersebut memahami bahasa Mandarin, hal ini disebabkan oleh kurangnya peminat sumber daya manusia pada bidang *frontliner* yang memang ahli dalam berbahasa Mandarin. Selain itu juga finansial hotel belum mencukupi untuk membayar karyawan yang menguasai bahasa asing selain bahasa Inggris sehubungan dengan hotel baru berjalan 1,5 tahun seperti yang telah dijabarkan oleh *director of Human Resources*. Bahasa Mandarin adalah bahasa yang digunakan oleh wisatawan China dalam berkomunikasi, sehingga terjadinya kesulitan dalam berkomunikasi antara karyawan dengan wisatawan China tersebut dan juga sering mengalami kesalahpahaman ketika sedang berinteraksi. Kesalahpahaman yang terjadi antara karyawan dengan wisatawan yaitu seperti ketika wisatawan meminta *tissue*, karyawan mengira bahwa wisatawan meminta *face towel* dan beberapa kejadian lainnya. Maka dari itu karyawan *frontliner* Holiday Inn Resort Benoa sering menggunakan bahasa tubuh (*body languages*) saat berhadapan dengan wisatawan China.

Melihat permasalahan yang terjadi pada Holiday Inn Resort Benoa maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui *body language* karyawan *frontliner* dalam berkomunikasi dengan wisatawan China di Holiday Inn Resort Bali Benoa serta untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap *body language* Karyawan *frontliner* di Holiday Inn Resort Bali Benoa. Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh Windayanti dan Suwona (2014) yaitu tentang *facial expressions and gestures of body language analysis of the male main character jack mccall in a thousand words film 2012* yang bertujuan untuk mengetahui makna dibalik ekspresi wajah dan gerak isyarat tubuh oleh pemeran laki-laki utama Jack McCall. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Tjipta Lesmana (2015) bertujuan untuk mengetahui perspektif Hongkong dan Indonesia terhadap kemahiran berkomunikasi antarpribadi dalam profesi. Penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Krauss, Chen and Chawlab dari Colombia University tahun 2009 yaitu tentang Nonverbal Behaviour dan Nonverbal Communication.

2. Metode penelitian

Tabel 3. Mapping Konsep Persepsi Wisatawan terhadap Komunikasi *Body Language* Oleh Karyawan

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Ahli
<i>Body Languages</i>	1. Gerakan Kinesik	1. Simbol yang dibuat oleh gerakan tubuh (<i>Emblems</i>) 2. Gerakan-gerakan badan (<i>Illustrators</i>) 3. Ekspresi Wajah (<i>Affect Displays</i>) 4. Gerakan Kepala (<i>Regulators</i>) 5. Emosional Tubuh (<i>Adaptory</i>)	H. Hafied Cangara, M.Sc
	2. Gerakan Mata	1. Cara Memandang 2. Kontak Mata (<i>Eye Contact</i>)	
	3. <i>Touching</i>	1. Bergandengan tangan (<i>Kinesthetic</i>) 2. Merangkul (<i>Socio Fugal</i>) 3. Berpelukan (<i>Thermal</i>)	
	4. <i>Paralanguage</i>	1. Intonasi	

Sumber : Pengantar Ilmu Komunikasi (Hafied Cangara,2016)

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, kuesioner dan studi pustaka. Teknik penentuan sampelnya menggunakan rumus slovin (Husein Umar,2006) dengan persentase kelonggaran yang digunakan yaitu 10%. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif dan skala likert untuk mengukur pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena dan pada hal ini interval kelas yang digunakan adalah 0.8.

2. Hasil dan pembahasan

Komunikasi menggunakan bahasa tubuh atau *Body Language* yang dilakukan oleh karyawan *frontliner* Holiday Inn Resort Bali Benoa yaitu berupa gerakan Kinesis atau gerakan berupa simbol

yang dibuat oleh gerakan tubuh (*emblems*) misalnya mengangkat ibu jari sebagai tanda *okay* dan bagus, gerakan-gerakan badan (*Illustrators*) misalnya membungkuk ketika mengucapkan salam sebagai tanda untuk menghormati wisatawan, ekspresi wajah (*Affect Display*) misalnya tersenyum ketika sedang berkomunikasi, gerakan kepala (*Regulators*) seperti menggeleng untuk menandakan tidak dan mengangguk untuk menandakan iya dan emosional tubuh (*Adaptory*) seperti memukul tembok ketika marah dan lain sebagainya, dalam hal ini dari 5 pertanyaan yang diajukan ke 100 wisatawan China menyatakan setuju bahwa gerakan tubuh karyawan dapat dipahami dengan nilai rata-rata 3.59.

Bahasa tubuh berupa gerakan mata (*eye gaze*) dapat berupa cara karyawan *frontliner* memandang tamu baik ketika berkomunikasi maupun ketika melihat tamu yang sedang berjalan seperti menyipitkan mata, membelalak ataupun menatap dengan sopan maupun ramah. Dua pertanyaan tentang gerakan mata diajukan ke 100 responden, hasil yang diperoleh yaitu 3.70 yang berarti wisatawan setuju bahwa karyawan melakukan gerakan mata (*eye gaze*) dengan baik.

Komunikasi yang dilakukan selanjutnya yaitu *body language* dengan *touching* yang terdiri dari berjabat tangan (*kinesthetic*) sebagai tanda terimakasih, merangkul (*socio fugal*) yang dilakukan oleh karyawan terhadap tamu yang sering menginap di hotel tersebut atau yang biasa disebut *repeater guest* sebagai ucapan selamat datang dan berpelukan (*thermal*) juga dilakukan terhadap *repeater guest* sebagai tanda perpisahan. Hasil yang diperoleh dari pengajuan tiga pertanyaan ke 100 responden tentang bahasa tubuh berupa sentuhan mendapat rata-rata 3.95 dengan kategori setuju. Hasil ini menjelaskan bahwa wisatawan setuju bahwa karyawan melakukan beberapa sentuhan fisik berupa menjabat tangan, merangkul maupun memeluk pada beberapa wisatawan yang sudah dekat dengan karyawan.

3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

Body language karyawan *frontliner* dalam berkomunikasi dengan wisatawan China di Holiday Inn Resort Bali Benoa yaitu seperti berikut: mengangkat ibu jari sebagai tanda *okay*, mencakapkan tangan sebagai tanda terimakasih dan ucapan selamat datang, membungkukkan badan sebagai tanda menghormati lawan bicara, mengangguk untuk menyatakan **iya** dan menggeleng untuk menyatakan **tidak**, tersenyum dalam berkomunikasi dengan tamu, ceria untuk membuat tamu merasa nyaman, dan mengepalkan tangan ketika jengkel atau bahasa tubuh lainnya dalam mengekspresikan kejengkelan.

Persepsi wisatawan terhadap *body language* karyawan *frontliner* di Holiday inn resort Bali Benoa yaitu wisatawan memahami bahasa tubuh yang dilakukan oleh karyawan *frontliner* seperti yang telah diuraikan bahwa, wisatawan setuju bahwa mereka memahami gerakan Kinesik yang meliputi pembuatan symbol dengan anggota tubuh, gerakan badan, ekspresi wajah, gerakan kepala dan emosional kejengkelan yang dilakukan oleh karyawan *frontliner*. Wisatawanpun setuju bahwa karyawan *frontliner* melakukan kontak mata dengan wisatawan ketika berkomunikasi, wisatawan setuju bahwa karyawan *frontliner* melakukan kontak fisik sebagai tanda keakraban dengan wisatawan. Dan wisatawan setuju bahwa karyawan menggunakan penekanan suara untuk memperjelas makna dari kata-kata yang diucapkan.

Ucapan terimakasih

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat-Nya sehingga penulisan jurnal ini dapat diselesaikan, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Drs. I Made Sendra, M.SI, selaku Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, Ibu Ni Made Ariani, SE,M.Par selaku Ketua Program Studi Diploma IV Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, Ibu Ida Ayu Trisna Eka Putri.S.TP.M.Si Selaku Pembimbing Akademik, Ibu Dra. Anak Agung Putri Sri.,M.Si selaku Pembimbing I yang telah memberikan masukan dan bimbingan yang berguna untuk menyempurnakan jurnal ini, Ibu Putu Ratih Pertiwi.S.ST.Par.,M.Par.,M.Rech. selaku Pembimbing II yang telah memberikan masukan dan bimbingan yang berguna untuk menyempurnakan jurnal ini dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah membantu demi kelancaran penulisan jurnal ini dari awal sampai akhir

Daftar pustaka

- Badudu-Zain. 2001. Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta : PT. Pustaka Sinar Harapan.
- Cangara, Hafied. 2016. Pengantar Ilmu Komunikasi. Cetakan II. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- John Buckeridge, ET.AL.,2007, Berpikir Kreatif dan Cerdas Dengan Puzzle dan Teka-Teki,Image Press, Cetakan I, Klaten-Jawa Tengah.
- Katrini, Yulia Esti. 2013. Ketrampilan Berbicara dan Kekuatan Bahasa dalam Pengajaran di Perguruan Tinggi. Volum 39.Magelang : Dosen FKIP Universitas Tidar Magelang
- Kusmayadi., E.Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Lawson, Fred (1976). *Hotels, Motels and Condominiums: Design, Planning and Maintenance*.
- Lesmana, Tjipta. 2005. Tuntutan Kemahiran Komunikasi Antarpribadi dalam Profesi : Perspektif Hongkong dan Indonesia. Jakarta. Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan
- M. Krauss,Robert dkk. 2009. *Nonverbal Behaviour and Nonverbal Communication*. Sun Diego. Columbia University.
- Moekijat, 1998. *Asas-asas Perilaku Organisasi*, Bandung: Alumni Nasution, Arman Hakim, Ir., M. Eng. 2006, Creative Thinking, Penerbit Andi
- Poerwadarmita. Wjs. 1993. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.Sihite, Richard. 2000. *Hotel Management*. Surabaya : SIC.
- Soeyanto, Sea, Ir., M.Ed, 2011, Kepemimpinan Wirausaha, Modul Pelatihan PUMP, KKP-BPSDMKP-Puslat KP, Jakarta.
- Steadmon Charles E., Michael L. Kasavana. 1990. *Managing Front Office Operations Education IntitudeOf The American Hotel & Motel*. USA: Association Michigan.
- Sugiarto, Endar dan Sri Sulartiningrum. 1996. *Pengantar Industri Akomodasi dan Restoran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Sugiarto, Endar. 2000. *Operasi Kantor Depan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiarto, Endar. 2001. *Pengantar Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sulastyono, Agus .2004. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: CV. Alfabeta
- Suparsa, I Wayan. 2015. *Implementasi Graphic Design Standar Tauzia Hotel Management pada Departemen Sales & Marketing di Harris Hotel & Residences Sunset Road Kuta Bali*. Denpasar. Skripsi Fakultas Pariwisata Universitas Udayana
- Tarmoezi , Trizno dan Heldin Manurung . 2000. *Professional Hotel Front Liner* .Jakarta: Visipro
- Tohir, Noel Chabannel. 2016. Body Language for Bankers. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI
- Widjajakusuma, Muhamad Karebet. 2007. Be The Best not “be asa”, Prestasi. Cetakan II, Jakarta.

- Windayanti, Rahma Rirkiya dan Drs. Suwono, Ph.D. 2014. *Facial Expressions and Gestures of Body Language Analysis of the Male Main Character Jack McCall in a Thousand and Words Film 2012*. Surabaya. Jurnal Universitas Negeri Surabaya
- Yoeti, Oka A. 2010. *Dasar-dasar Pengertian Hospitality dan Pariwisata*. Bandung: Alumni Yogyakarta
- Yunita, Sari. 2014. *Laporan Tugas dan Tanggung Jawab Trainee di Section Reservation Departemen Sales & Marketing pada Hotel Melia Bali Indonesia*. Denpasar: Laporan Praktek Kerja Lapangan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana