STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI PESERTA

(Studi Kasus Open Trip Seduluran Selawase Adventure dalam Pendakian Gunung Lawu)

COMMUNICATION STRATEGIES TO INCREASE PARTICIPANT ENGAGEMENT

(Case Study of Open Trip Seduluran Selawase Adventure in Mount Lawu Climbing)

Laras Widowati[1]
Nurnawati Hindra Hastuti[2]
Fikriana Mahar Rizqi[3]

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP
Universitas Slamet Riyadi, Jl. Sumpah Pemuda, Surakarta

ABSTRACT

This study aims to examine communication strategies in increasing participant engagement in the "Seduluran Selawase Adventure" open trip for the Mount Lawu expedition. The research uses a qualitative approach with the SMCRE (Source, Message, Channel, Receiver, Effect) model as the analytical framework. The focus of the study lies in the role of the source and message delivered during the event, rather than in the context of initial marketing or promotion. Data were collected through in-depth interviews and direct observation of the communication interactions between the organizers and participants. The results of the study indicate that the implemented communication strategy successfully increased participant engagement significantly. A credible source and clear, informative, and relevant messages to the participants' needs proved to be key factors in maintaining their involvement throughout the expedition. The study recommends enhancing the quality of communication, particularly in terms of the source and message, to improve participants' experiences in future events.

Keywords: communication strategy, participant engagement, open trip, Mount Lawu expedition, SMCRE

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi dalam meningkatkan partisipasi peserta pada open trip "Seduluran Selawase Adventure" dalam pendakian Gunung Lawu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode SMCRE (*Source, Message, Channel, Receiver, Effect*) sebagai kerangka analisis. Fokus penelitian terletak pada peran sumber (*source*) dan pesan (*message*) yang disampaikan selama pelaksanaan kegiatan, bukan dalam konteks pemasaran atau promosi awal. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap interaksi komunikasi yang terjadi antara penyelenggara dan peserta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan berhasil meningkatkan partisipasi peserta secara signifikan. Sumber yang kredibel dan pesan yang informatif, jelas, serta relevan dengan kebutuhan peserta terbukti menjadi faktor kunci keberhasilan dalam menjaga keterlibatan peserta selama pendakian. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kualitas komunikasi dari segi sumber dan pesan untuk meningkatkan pengalaman peserta di masa mendatang.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Partisipasi Peserta, *Open Trip*, Pendakian Gunung Lawu, SMCRE.

PENDAHULUAN

Mendaki gunung menjadi salah satu kegiatan yang banyak digandrungi banyak orang saat ini mulai dari anak-anak sampai orang tua. Tak jarang juga orang tua yang mengajak balitanya untuk ikut mendaki. Tren mendaki gunung kini melebar popularitasnya dalam ranah sosial media seperti Instagram, Youtube, Twitter, Tiktok dan lainya. Pesatnya perkembangan informasi di media sosial ini menjadikan gunung-gunung ramai dikunjungi. Mendaki gunung pada dasarnya membutuhkan pemahaman yang mendalam akan teknik berjalan yang benar terdapat perbedaan yang signifikan anatara berjalan di gunung dan di trotoar. Menurut Sumitro dalam Agsa (2023) di mana pendaki harus mengahdapi tantangan seperti membawa beban dipunggung, melintasi lembah, mendaki tebing, menuruni lereng, dan berjalan di punggungan yang tipis. Dalam mengatsi medan yang berat tersebut, menjaga keseimbangan menjadi kunci utama.

Menurut Eksan Al-Buqori selaku ketua Seduluran Selawase Adventure definisi *Open Trip* ialah melakukan sebuah perjalanan yang dilakukan secara berkelompok dengan tempat dan waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Penyedia jasa *Open Trip* memiliki tugas untuk mendampingi pendaki pemula yang belum memiliki pengalaman mendaki gunung. *Open Trip* memungkinkan peserta untuk terlibat dalam perjalanan mendaki tanpa perlu merencanakkan secara mendiri. Seduluran Selawase Adventure, sebagai komunitas pendaki, dapat menjadi penyelenggara *Open Trip* yang berkualitas. Melalui pengalaman dan pengetahuan kolektif anggota, Seduluran Selawase Adventure dapat menyusun rute pendakian yang sesuai untuk pemula, memilih destinasi yang aman dan menyusun agenda yang terstruktur. Melibatkan pendaki berpengalaman dari Seduluran selawase adventure sebagai sebagai *Giude* dan *Porter* dalam *Open Trip* juga memberikan keuntungan tambahan dalam memberikan panduan teknis dan berbagi pengalaman secara langsung. Dalam dunia pendakian, komunikasi memiliki arti penting karena menjadi fondasi tercapainya kesamaan makna antara komunikator, yang dalam konteks ini dapat merujuk pada panitia atau pemimpin pendakian, dan komunikan, yaitu anggota tim pendakian. Pentingnya komunikasi ini dapat diperkuat melalui penerapan strategi komunikasi yang efektif.

Dalam sebuah pendakian, partisipasi aktif dari setiap peserta sangat penting untuk memastikan keselamatan, keterlibatan, dan pelestarian lingkungan yang optimal. Komunikasi yang efektif menjadi pondasi utama, di mana setiap anggota tim diharapkan berperan aktif dalam berbagi informasi terkait kondisi

perjalanan, medan, dan situasi cuaca. Partisipasi yang tinggi juga bisa membantu dalam membangun komunitas pendaki menjadi lebih kuat. Karena peserta yang aktif dapat membentuk ikatan sosial, memperluas jaringan, dan menciptakan dukungan antar anggota komunitas. Ini dapat berdampak positif pada loyalitas dan partisipasi berulang di masa mendatang. Partisipasi aktif yang baik dari peserta dapat menciptakan citra yang positif bagi penyelenggara *Open Trip*, peserta yang berbagi pengalaman yang positif mereka dapat menjadi promotor yang kuat, membantu meningkatkan daya tarik *Open Trip* di kalangan calon peserta baru. Sedangkan jika partisipasi peserta *Open Trip* dinilai kurang dalam sebuah pendakian makan akan memberikan hasil yang sebaliknya juga, seperti halnya keberlanjutan di masa mendatang, karena jika secara konsisten tidak ada minat dan partisipasi yang memadai maka hal itu akan memberikan kesan yang kurang baik bagi peserta sehingga membuat keberlanjutan sebuah pendakian menjadi terasa kurang juga.

Dalam hal ini memilih Strategi komunikasi ialah guna melihat bagaimana aspek komunikasi bisa mempengaruhi berbagai aspek dalam sebuah *Open trip* pendakian, termasuk partisipasi peserta, pengalaman keseluruhan, serta juga keberlangsungan sebuah pendakian, Serta untuk mengetahui seberapa besar Strategi Komunikasi bisa saling memberikan manfaat antara penyelenggara dan juga peserta. Penelitian terhadap komunitas Seduluran Selawase Adventure berfokus pada peran strategi komunikasi dalam kegiatan pendakian gunung. Komunitas ini dipilih karena menjadi satu-satunya di Gayamdomp, Karanganyar, sehingga memberikan kesempatan untuk memahami dampak komunikasi efektif terhadap keselamatan dan keberhasilan pendakian. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang cara memperkuat strategi komunikasi guna meningkatkan kolaborasi dan pengalaman positif selama perjalanan. Dengan melibatkan anggota komunitas, penelitian juga mengeksplorasi bagaimana mereka menginterpretasikan dan menerapkan strategi komunikasi di setiap tahap pendakian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Johnny Saldana, penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang mencakup berbagai metode penelitian naturalistik dalam kehidupan sosial. Data atau informasi yang digunakan, seperti hasil wawancara, catatan lapangan, dokumen, serta bahan visual seperti artefak, foto, video, data dari internet, dan dokumen pengalaman hidup manusia, dianalisis secara kualitatif (non-

numerik). (Sugiyono, 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Menurut Mudjia Rahardjo dalam buku *Metode Penelitian Kualitatif* yang dikutip oleh Debby Sinthania (2022), studi kasus adalah serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, rinci, dan mendalam terhadap suatu program, peristiwa, atau aktivitas, baik pada tingkat individu, kelompok, lembaga, maupun organisasi. Tujuan dari studi kasus ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang peristiwa tersebut.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi langsung serta wawancara dengan objek penelitian, sementara data sekunder diperoleh dari berbagai sumber dokumentasi seperti buku, artikel, serta data dari penelitian sebelumnya. Proses analisis data meliputi tahapan kondensasi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan. Penelitian ini dilakukan di basecamp Seduluran Selawase Adventure di Gayamdompo, Karanganyar. Objek penelitian mencakup komunitas Seduluran Selawase Adventure, para guide yang bertugas, serta beberapa peserta yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

HASIL & PEMBAHASAN

1. HASIL

Dalam *Open Trip* yang diselenggarakan oleh Seduluran Selawase Adventure, strategi komunikasi yang diterapkan melalui *briefing* awal, pembagian tugas, pemberian motivasi, dokumentasi, serta perhatian terhadap keselamatan peserta, memberikan dampak yang signifikan terhadap pengalaman pendakian. *Briefing* awal memastikan peserta tidak hanya memahami rencana perjalanan, tetapi juga protokol keselamatan, kondisi medan, dan potensi risiko, sehingga mereka lebih siap secara fisik dan mental. Pembagian tugas yang jelas memperkuat koordinasi, terutama dalam situasi darurat, di mana setiap peserta tahu peran dan tanggung jawabnya. Pemberian motivasi secara berkelanjutan membantu menjaga semangat dan ketahanan mental peserta dalam menghadapi tantangan berat selama pendakian, termasuk risiko cuaca atau kondisi medan yang sulit. Dokumentasi juga menjadi sarana refleksi, tidak hanya untuk mengevaluasi performa peserta, tetapi juga untuk mengenang momen-momen kebersamaan. Secara keseluruhan, penerapan komunikasi yang efektif dan perhatian yang tinggi terhadap keselamatan dalam *Open Trip* ini berhasil meningkatkan partisipasi aktif, memperkuat solidaritas tim, dan memastikan pengalaman

pendakian yang aman, terorganisir, dan memuaskan bagi setiap peserta.

2. PEMBAHASAN

Dalam menjalankan perannya, para tour guide berupaya menerapkan komunikasi interpersonal yang efektif sesuai model komunikasi SMCRE yang dikemukakan oleh Harlod Laswell. Seduluran Selawase Adventure menerapkan model komunikasi SMCRE (Source, Message, Channel, Receiver, Effect) dalam kegiatan *Open Trip* pendakian. Model ini membantu memahami seluruh proses komunikasi, dari penyampaian pesan oleh sumber (guide atau ketua), pesan yang jelas dan informatif, hingga saluran komunikasi seperti *briefing* tatap muka, HT, dan grup chat. Efektivitas komunikasi diukur dari pemahaman peserta dan keterlibatan mereka dalam pendakian, serta dampak yang dihasilkan, seperti kepatuhan terhadap instruksi dan keselamatan. Analisis SMCRE menunjukkan kekuatan strategi komunikasi dan kendala seperti penggunaan HT di medan sulit, yang penting untuk evaluasi dan peningkatan pengalaman pendakian.

1. *Source* (Sumber)

Sumber (*Source*) dalam komunikasi dapat berupa individu, kelompok, organisasi, perusahaan, atau bahkan negara. Dalam proses komunikasi, sumber harus mampu mengubah perasaan dan pikiran mereka menjadi simbol verbal dan nonverbal yang dapat dipahami oleh penerima pesan. (Mulyana, 2016). Sumber informasi dalam kegiatan *Open Trip* Seduluran Selawase Adventure melibatkan beberapa figur kunci: Ketua, guide, dan peserta senior. Ketiga pihak ini memiliki peran yang berbeda namun saling melengkapi dalam memastikan informasi sampai ke peserta dengan efektif. Ketua, sebagai figur pemimpin, memiliki kredibilitas tinggi di mata peserta karena pengalaman dan pengetahuan yang luas dalam mengelola pendakian. Kredibilitas ini membuat peserta merasa yakin dan percaya bahwa informasi yang disampaikan benar adanya dan dapat diandalkan, khususnya terkait logistik dan keamanan. Guide, di sisi lain, adalah sumber utama dalam menyampaikan informasi teknis, seperti rute pendakian dan langkah-langkah keselamatan. Guide harus mampu memberikan arahan yang jelas dan tepat, karena mereka menjadi titik utama bagi peserta selama kegiatan berlangsung. Selain itu, peserta senior yang telah berpengalaman ikut berperan sebagai mentor tidak resmi, berbagi pengalaman dan memberikan dukungan emosional kepada peserta baru, yang mungkin masih merasa cemas atau kurang percaya diri. Keberadaan tiga sumber ini secara bersamaan memastikan bahwa peserta

mendapatkan berbagai macam informasi yang diperlukan, dari yang bersifat teknis hingga motivasional, yang berperan besar dalam membangun kepercayaan peserta terhadap keseluruhan proses pendakian.

2. *Message* (Pesan)

Pesan (*Message*) adalah apa yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan terdiri dari simbol verbal dan non-verbal yang mencerminkan perasaan, nilai, gagasan, atau makna dari sumber. Pesan ini bisa berupa percakapan, cerita, artikel, novel, serta isyarat tubuh seperti senyuman dan bentuk non-verbal lainnya. (Mulyana, 2016). Pesan yang disampaikan oleh Seduluran Selawase Adventure dirancang untuk menjawab berbagai kebutuhan peserta, baik informasi teknis mengenai pendakian maupun motivasi dan semangat selama perjalanan. Isi pesan mencakup detail mengenai rute yang akan ditempuh, prosedur keselamatan, perlengkapan yang harus dipersiapkan, serta panduan fisik dan mental yang harus dijalani oleh peserta. Dalam penyampaiannya, pesan disampaikan secara jelas dan rinci selama briefing pendakian. Guide, sebagai sumber utama penyampaian pesan, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, terutama bagi peserta baru yang mungkin tidak terbiasa dengan istilah teknis pendakian. Di beberapa kesempatan, penjelasan visual atau demonstrasi juga digunakan untuk memperkuat pemahaman peserta. Meski demikian, dalam praktiknya seringkali terjadi bahwa peserta baru merasa kebingungan karena tidak familiar dengan beberapa istilah atau prosedur pendakian yang lebih kompleks. Untuk mengatasi hal ini, guide dan peserta senior biasanya memberikan penjelasan tambahan atau menindaklanjuti dengan informasi lebih rinci jika ada peserta yang kesulitan. Pesan yang disampaikan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga motivasional. Peserta didorong untuk saling mendukung satu sama lain, menjaga semangat sepanjang perjalanan, dan selalu mengikuti instruksi dengan disiplin, yang pada akhirnya membantu menciptakan lingkungan pendakian yang aman dan kooperatif.

3. *Channel* (Saluran)

Saluran atau media (*Channel*) adalah alat yang digunakan oleh pengirim pesan untuk menyampaikan informasi kepada penerima. Saluran ini menentukan bentuk pesan yang disampaikan kepada penerima. (Mulyana, 2016). Seduluran Selawase Adventure menggunakan beberapa saluran komunikasi untuk menjangkau peserta dan menyampaikan pesan dengan efektif. Sebelum pendakian, komunikasi utama berlangsung melalui Grup WhatsApp, di mana peserta mendapatkan informasi penting terkait persiapan, jadwal

keberangkatan, cuaca, serta perlengkapan yang dibutuhkan. WhatsApp menjadi saluran yang sangat efektif untuk memastikan semua peserta bisa mengakses informasi kapan pun dan di mana pun, serta dapat langsung berinteraksi dengan guide atau peserta lain jika ada pertanyaan. Selama pendakian, komunikasi berubah ke penggunaan HT (*Handy Talky*) karena keterbatasan sinyal internet di gunung. HT digunakan untuk berkomunikasi antara guide dan peserta dalam jarak dekat, memungkinkan penyampaian instruksi cepat dan langsung, terutama dalam situasi darurat. Meski efektif, HT memiliki keterbatasan jangkauan, sehingga dalam beberapa kondisi tidak selalu dapat diandalkan, terutama di area yang terhalang medan. Oleh karena itu, penggunaan HT disertai dengan pertemuan tatap muka untuk memberikan instruksi yang lebih rinci saat peserta berkumpul di titik istirahat. Penggunaan beragam saluran ini memungkinkan informasi tersampaikan dengan cara yang paling sesuai dengan kondisi di lapangan, meskipun tetap ada tantangan seperti keterbatasan teknologi saat di medan pendakian.

4. *Receiver* (Penerima)

Penerima (*Receiver*) adalah individu atau kelompok yang menjadi sasaran pesan, yaitu orang yang menerima pesan dari pengirim (*Sender*). Penerima pesan akan menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman sebelumnya, persepsi, dan pengetahuan mereka, serta menerjemahkan simbol verbal dan nonverbal agar dapat dipahami dengan baik. (Mulyana, 2016). Penerima pesan dalam konteks ini adalah peserta *Open Trip*, yang memiliki beragam latar belakang pengalaman pendakian. Sebagian besar peserta menunjukkan reaksi positif terhadap pesan yang disampaikan. Mereka terlihat antusias selama sesi briefing dan berpartisipasi aktif dalam diskusi yang berlangsung. Antusiasme ini terlihat dari cara peserta bertanya lebih dalam tentang detail pendakian dan bagaimana mereka dengan cermat mempersiapkan perlengkapan sesuai arahan guide. Selama perjalanan, peserta yang aktif menunjukkan keterlibatan penuh dalam mengikuti instruksi guide dan mematuhi prosedur keselamatan. Bagi peserta baru, meskipun ada beberapa yang mengalami kesulitan dalam memahami istilah teknis, masalah ini diatasi dengan penjelasan tambahan dari guide dan peserta senior, yang memastikan bahwa tidak ada peserta yang tertinggal dalam hal pemahaman informasi. Reaksi peserta, baik secara verbal maupun non-verbal, menjadi indikator keberhasilan komunikasi. Peserta yang terlibat aktif menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya dimengerti, tetapi juga mendorong mereka untuk berkontribusi lebih dalam kegiatan.

5. *Effect* (Efek)

Efek (*Effect*) adalah dampak yang terjadi pada penerima setelah menerima pesan dari sumber, seperti memperoleh pengetahuan baru, merasa terhibur, mengalami perubahan sikap, mengubah keyakinan, atau perbedaan pendapat. (Mulyana, 2016). Dampak komunikasi yang dilakukan oleh Seduluran Selawase Adventure dapat dilihat dari hasil yang dicapai, seperti peningkatan kesadaran peserta tentang pentingnya persiapan fisik dan mental, meningkatnya minat untuk berpartisipasi dalam kegiatan pendakian, serta kepuasan terhadap pengalaman keseluruhan. Peserta yang mendapatkan informasi yang jelas dan motivasi yang kuat cenderung lebih siap secara fisik dan mental, serta lebih disiplin dalam mematuhi instruksi. Partisipasi aktif selama pendakian, baik dalam bentuk kerjasama antar peserta maupun kepatuhan terhadap arahan guide, menunjukkan bahwa pesan mengenai keselamatan dan solidaritas telah diterima dengan baik. Selain itu, banyak peserta yang memberikan umpan balik positif mengenai efektivitas komunikasi yang dilakukan, menandakan bahwa mereka puas dengan pengalaman yang didapatkan selama pendakian. Namun, ada beberapa tantangan yang masih perlu diperbaiki, seperti penggunaan bahasa yang lebih sederhana untuk peserta baru, serta penanganan hambatan teknis seperti konektivitas internet yang buruk. Dengan mengatasi kelemahan ini, Seduluran Selawase Adventure dapat meningkatkan efektivitas strategi komunikasinya di masa depan, sehingga menghasilkan pengalaman yang lebih baik dan memuaskan bagi para peserta.

SIMPULAN & SARAN

1. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan dalam pembahsan diatas bahwa strategi komunikasi Seduluran Selawase Adventure secara signifikan meningkatkan keterlibatan peserta dalam *Open Trip* pendakian gunung. Pemilihan sumber yang kredibel dan berpengalaman memberikan otoritas pada pesan, yang mencakup aspek teknis seperti keselamatan, persiapan fisik, serta manfaat emosional dan sosial dari pendakian. Hal ini memotivasi peserta untuk terlibat aktif. Penggunaan berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, grup diskusi online, dan pertemuan tatap muka membantu menjangkau peserta secara lebih luas dan efektif, sehingga meningkatkan partisipasi dan keterlibatan. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi kelemahan dalam penggunaan HT, terutama keterbatasan jangkauan sinyal di medan sulit, yang menghambat penyampaian informasi. Untuk mengatasi ini, diperlukan pengembangan alternatif saluran komunikasi yang lebih andal. Meskipun ada kelemahan ini, secara

keseluruhan strategi komunikasi berhasil, terlihat dari peningkatan partisipasi dan kepuasan peserta

2. SARAN

Adapun saran dari penulis untuk komunitas Seduluran Selawase Adventure adalah untuk meningkatkan komunikasi dua arah untuk melibatkan peserta, gunakan teknologi modern seperti perangkat satelit dan aplikasi mobile, serta perhatikan budaya lokal dan komunikasi darurat. Evaluasi penggunaan *Handy Talky* dan pertimbangkan radio satelit untuk mengatasi masalah sinyal. Dan melaukan pelatihan tim dalam penggunaan perangkat alternatif dan prosedur darurat. Terakhir, buat platform online untuk interaksi peserta guna memperkuat komunitas dan meningkatkan pengalaman.

DAFTAR PUSTAKA

Agsa, I. N. (2023). Peran Personality Trait Openess To Experience dengan sensation seeking pada pendaki gunung.

Albukhori, E. (2024, januari 7). Pemilik Seduluran Selawase Adventure .

Amaliyah, N. (2018, Februari). Iklim Komunikasi dan Partisipasi Dalam Program Peretanian Dan Perkotaan . Jurnal Komunikasi Pembangunan , 16, 4.

Aulia Rizki Nabila, T. Y. (2016). Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Kandri Kota Semarang. 5 .

Caraka, H. Y. (2021). Strategi Komunikasi PGI Korwil Riau Dalam Menarik Minat Khalayak Untuk Mengikuti Setiap Kegiatan. Outher Thesis.

Dimitria, E. (2020, Februari 6). Traveloka. Dipetik january 16, 2024, dari https://www.traveloka.com/id-id/explore/destination/rekomendasidestinasi-open-trip-di-traveloka/22617

Dinosius AP, E. K. (2023). Strategi komunikasi Majalah Sunday Dalam Mingkatkan Pembaca Majalah Digital di Kalangan Pelajar Sekolah Menengah Atas. Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia.

Djatmiko, W. (2012). Strategi Komunikasi Pemasaran . Yogyakarta : Pustaka Pelajar . Dr.Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Alfabeta.

Giantika, G. G. (2020). Strategi Komunikasi Guru Dalam Upaya Meningkatkan Proses Pembelajaran Siswa SDN Tebet Barat 01 Jakarta Selatan. Jurnal Komunikasi , 145.

Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. Dalam N. Yulianita. Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA Press.

Liliweri, A. (2011). Komunikasi : Serba Ada Serba Makna. Jakarta: Kencana Prenada Media .

Muhamad Fahrudin Yusuf, M. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi . Bantul Yogyakarta : Pustaka Ilmu .

Mulyana, D. (2016). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar . Remaja Rosdakaya .

Nufus, M. L. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Ipnu-Ippnu Dalam Meningkatkan Partisipasi Remaja Di Desa Jeruksari Kecamatan Tirto Kabupaten Pekalongan. Nugrahani, D. F. (2014). METODE PENELITIAN KUALITATIF. Surakarta.

Nurul Hikmah, F. S. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PERUSAHAAN DALAM MEMPROMOSIKAN LAYANAN JASA ANTAR DI PT.CITRA . JURNAL ORATIO DIRECTA VOL. 4 NO.1,.

Pradipta, M. P. (2021, juli 20). Pariwisata Berbasis Masyarakat . Jurnal Kepariwisataan: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan, 5 Nomor 2. Dipetik februari 10, 2024, dari https://journal.poltekparnhi.ac.id/index.php/jk/article/view/379 Putri, I. A. (2023, desember 31). mengenal keuntungan Open Trip. Dipetik februari 11, 2024, dari bobobox: https://bobobox.com/blog/keuntungan-open-trip/

Rahmadani, N. (2021). https://www.google.com/search?sca_esv=3b07b09e3325eaa7&sxsrf=ADLYWIKuhqF5L84FDfjBJUy45xXK0tIGg:1721633321189&q=www.compass.com.+20+01.+https://travel.kompas.com/read/2021/01/20/192000227/minat-pendakian-gunungnaik-tiap-tahun-rata-rata-anak-muda-?page%3D.

Saldana., H. M. (2014). Qualitatif Data Analysis . America: SAGE Publication. Sinthania, D. (2022). Metodologi Penelitain Kualitatif. Dalam M. Rahardjo. CV.Pradina Pustaka Grup.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. Bandung : alfabeta. Suryadi, E. (2018). Strategi Komunikasi. Dalam O. U.

Effendy, Dimensi-dimensi Komunikasi (hal. 5). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Suryadi, E. (2018). Strategi Komunikasi . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sutaryo. (2019). Sosiologi Komunikasi . Jakarta : Universitas Terbuka.

Tarmin. (2024, januari 7). bagaimana jika partisipasi peserta rendah dalam kegiatan tersebut. (L. widowati, Pewawancara)

Tarmin. (2024, Januari 7). seberapa penting partisipasi peserta dalam sebuah pendakian. (L. Widowati, Pewawancara)

Turner, R. W. (2018). Introducing Communication Theory : Analysis and Application. McGraw-Hill Education.

Wahyudo, S. (2016). Strategi Komunikasi Guide Untuk Meningkatkan Motivasi Pendaki Pemula dalam proses Pendakian Gunung Semeru. 31-32.

Yolanda, C. (2021). Strategi Komunikasi Bimbingan Belajar Tentor Bandung Melalui Program Star Class. Skipsi.