

# PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL *TOURGUIDE* TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI TAMAN MINI INDONESIA INDAH

<sup>1</sup>Dandi Sulisty; <sup>2</sup>Muria Putriana; <sup>3</sup>Mentari Anugrah; <sup>4</sup>Wina Puspita Sari

Email: dandisulisty09@gmail.com

<sup>123</sup> Program Studi Hubungan Masyarakat & Komunikasi Digital, Universitas Negeri Jakarta

---

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak komunikasi interpersonal *tourguide* pada kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah serta mengamati partisipasi pengunjung dalam interaksi mereka dengan *tourguide*. Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa ada keterkaitan yang signifikan antara komunikasi interpersonal *tourguide* dengan tingkat kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian ini mencapai 267.952 ribu dan sampel yang diambil berjumlah 100 responden, dihitung menggunakan rumus slovin. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dipilih adalah. Hasil penelitian memperlihatkan nilai uji korelasi Pearson sebesar 0,770 dengan tingkat signifikansi 0,001. Hasil ini menegaskan bahwa komunikasi interpersonal *tourguide* berhubungan positif dengan kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah. Dari analisis regresi linear sederhana, ditemukan bahwa nilai signifikansi adalah 0,001, sehingga hipotesis  $H_a$  dapat diterima, yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara komunikasi interpersonal *tourguide* dengan tingkat kepuasan pengunjung. Berdasarkan temuan ini, semakin efektif komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *tourguide*, semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah, semakin besar kemungkinan pengunjung untuk merasa puas dengan kunjungan mereka.

**Kata Kunci:** Komunikasi Interpersonal, Kepuasan Pengunjung, *Tourguide*

---

## I. PENDAHULUAN

Indonesia telah lama dikenal sebagai destinasi pariwisata kelas dunia dengan perkembangan yang sangat dinamis selama beberapa dekade terakhir. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, menunjukkan jumlah perjalanan domestik di Indonesia pada Januari-Juni 2023 tercatat 433,57 juta, lebih tinggi 12,57% daripada tahun sebelumnya. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara hingga Juli 2023 juga meningkat tajam sebesar 196,85, mencapai 6,31 juta kunjungan. Angka-angka ini menunjukkan dampak signifikan pariwisata terhadap ekonomi nasional dan peningkatan devisa negara (*Expert Survey: Sektor Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Tumbuh Pada 2024*, 2023).

Industri pariwisata merupakan sektor yang mengalami pertumbuhan pesat di berbagai wilayah dunia dan menjadi motor penggerak ekonomi di banyak negara berkembang seperti Thailand. Menurut Radio Suara Vietnam, sektor pariwisata Thailand menyumbang sekitar 11-12% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Di tengah berbagai tantangan global, terutama yang disebabkan oleh pandemi, pariwisata Thailand telah menunjukkan ketangguhan yang luar biasa dalam proses pemulihan ekonomi. Pada tahun 2022, lebih dari 11 juta wisatawan mengunjungi Thailand dan lebih dari 10 juta kunjungan wisatawan mancanegara tercatat dalam enam bulan pertama tahun 2023. Hal ini menegaskan ketangguhan dan kemampuan adaptasi sektor pariwisata di tengah berbagai

tantangan global, terutama pandemi (Ngoc, 2023).

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang dipandang sangat cerah dan menjanjikan, serta mampu memberikan keuntungan ekonomi yang besar. Negara-negara yang secara intensif mengelola sektor pariwisata, terutama yang memiliki potensi yang menonjol dan dikelola secara profesional, dapat menjadi penyumbang pendapatan yang berpengaruh. Pariwisata mencakup kegiatan, layanan, dan berbagai produk industri yang dapat menghasilkan petualangan yang berkesan bagi para wisatawan. Menurut Sandiaga Uno dalam keterangan Kominfo Kab OKI (2021) Untuk menarik minat wisatawan, potensi alam dan budaya yang dimiliki sebuah destinasi harus dilengkapi dengan fasilitas pendukung, antara lain aksesibilitas yang baik, konektivitas yang lancar, amenitas yang beragam, serta atraksi dan fasilitas pendukung lainnya (*Manparekraf Sandiaga Uno Support Kembangkan Potensi Pariwisata Berbasis Budaya Di OKI, 2021*).

Provinsi DKI Jakarta menyajikan sejumlah varian destinasi wisata yang dapat dinikmati oleh para pengunjung, termasuk area rekreasi, pusat perbelanjaan, acara-acara menarik, kuliner khas, kegiatan budaya, dan wisata bahari. Jakarta juga telah memenuhi persyaratan untuk diakui sebagai "Destinasi Pariwisata". Demikian juga, tersedia fasilitas umum, sarana pariwisata, dan aksesibilitas yang akan mendukung perkembangan sektor pariwisata di provinsi ini. Menurut Heri, DKI Jakarta memiliki aset pariwisata potensial yang dapat menjadi daya tarik tersendiri, antara lain ragam wisata bahari, situs-situs bersejarah yang menarik, dan kekayaan kuliner. Keberadaan ibu kota ini juga didukung oleh ekosistem pariwisata yang

terus berkembang serta infrastruktur yang lengkap dan memadai (HAMASY, 2024). Kualitas pelayanan di destinasi wisata sangat mempengaruhi kepuasan pengunjung dan motivasi mereka untuk kembali berkunjung.

Komunikasi interpersonal menjadi salah satu aspek penting dalam menciptakan citra positif dan lingkungan yang kondusif di destinasi wisata. Komunikasi yang baik antara tourguide dan pengunjung dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan memberikan informasi yang mendalam dan berkesan tentang destinasi yang dikunjungi. Tourguide yang memiliki keterampilan komunikasi yang baik dapat menjadi faktor penting dalam memberikan pengalaman wisata yang berkesan.

Dengan demikian, komunikasi interpersonal adalah salah satu aspek penting dalam keterampilan pelayanan yang diterapkan oleh pemandu wisata. Menyampaikan informasi dan cerita di setiap destinasi yang dikunjungi pengunjung dapat menjadi faktor penting dalam membangun pemahaman yang mendalam tentang objek wisata tersebut (Ramadhan & Anggraini, 2024).

Namun, TMII menghadapi tantangan dalam memberikan layanan yang memuaskan kepada pengunjung. Data dari Badan Pusat Statistik, menunjukkan bahwa TMII mengalami penurunan jumlah pengunjung pada tahun 2020 dan 2021 karena dampak pandemi global. Pada tahun 2022, TMII sempat ditutup untuk revitalisasi dan dibuka kembali pada 1 september 2023 setelah proyek revitalisasi selesai. Dengan pembukaan kembali sektor pariwisata, TMII diharapkan dapat memulihkan kunjungan wisatawan yang signifikan.

Selain itu berdasarkan pembicaraan peneliti dengan salah satu *tourguide* yang ada di Taman Mini Indonesia Indah, mengungkapkan bahwa kurangnya koordinasi dan ketidakharmonisan hubungan antara *tourguide* TMII dan *tourguide* yang berada di anjungan menjadi salah permasalahan yang ada. Perbedaan manajemen antara keduanya, dimana *tourguide* TMII dikelola oleh PT. Bhumi Visatanda yang menaungi TMII, sementara *tourguide* yang berada di anjungan dikelola oleh pemerintah daerah anjungan tersebut berasal. Akibat kurangnya harmonisasi ini, *tourguide* TMII mengalami kesulitan dalam menggali informasi mendalam tentang sejarah dan budaya daerah yang diwakili oleh *tourguide* anjungan. Hal ini berimplikasi pada kurangnya pemahaman mendalam yang dimiliki oleh *tourguide* TMII mengenai anjungan daerah tersebut, yang pada akhirnya dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung di TMII.

Menyadari betapa pentingnya makna komunikasi bagi *tourguide* di Taman Mini di Indonesia Indah, diperlukan kemampuan *tourguide* dalam mengelola pesan yang disampaikan. Salah satunya adalah melalui komunikasi interpersonal, sehingga informasi yang diberikan kepada pengunjung dapat disampaikan dengan efektif.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui dampak komunikasi secara interpersonal antara *Tourguide* dan pengunjung terhadap tingkat kepuasan pengunjung. Dengan demikian, diharapkan pengunjung akan tertarik untuk berkunjung ke TMII dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Maka berdasarkan uraian diatas diperlukan untuk menilai kepuasan pengunjung terhadap interaksi komunikasi interpersonal *tourguide* di Taman Mini

Indonesia Indah. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti efektivitas komunikasi interpersonal *tourguide*. Dengan demikian, judul penelitian ini adalah “Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Tourguide* Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Mini Indonesia Indah”.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi interpersonal pada dasarnya adalah proses interaksi di mana dua orang atau lebih saling bertukar pesan. Biasanya terjadi secara langsung dalam situasi tatap muka. Metode ini dinilai sangat tepat untuk mempengaruhi sikap, perilaku, atau opini seseorang karena bersifat dialogis, sehingga memungkinkan terjadinya percakapan dua arah. Dalam proses ini, komunikator dapat langsung merasakan respon dari lawan bicaranya. Komunikasi interpersonal merupakan proses aktif yang melibatkan interaksi dua arah, tidak hanya sekedar mengirim dan menerima pesan. Ini bukan hanya tentang stimulus dan respons, tetapi melibatkan pertukaran dan pengolahan respons atau tanggapan antara kedua belah pihak. Menurut Armi, komunikasi interpersonal adalah proses di mana individu saling bertukar pesan satu sama lain, yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) langsung dari pihak lain (Adianti, 2021). Sejalan dengan Armi, menurut Devito komunikasi interpersonal mencakup proses pengiriman pesan dari satu orang ke orang lain atau dalam kelompok kecil orang, dengan efek bervariasi dan kesempatan untuk mendapatkan umpan balik langsung (Finasari & Surikno, 2021).

Menurut De Vito (2018) menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal meliputi 5 dimensi, yaitu ; (1) Keterbukaan (*openess*), dalam

komunikasi interpersonal suatu sikap bersedia untuk menerima pendapat orang lain dan memberikan informasi penting kepada mereka. Adanya keterbukaan memastikan bahwa komunikasi interpersonal bersifat dua arah, transparan, dan adil serta mampu diterima oleh seluruh pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut. (2) Empati dari komunikator (*emphaty*), kecakapan untuk mengerti dan merasakan apa yang dirasakan orang lain, sehingga berempati dengan apa yang dialami oleh orang tersebut. (3) Dukungan dan Partisipasi (*supportiveness*), merupakan komunikasi interpersonal yang efektif antara individu yang terlibat, menandakan adanya komitmen untuk berinteraksi dengan terbuka. Seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono dalam (Saputri, 2021) keterbukaan dan empati tidak akan berlangsung lama tanpa adanya dukungan yang saling mendukung dalam proses komunikasi. (4) Rasa Positif (*positiveness*), dalam komunikasi interpersonal menunjukkan kecenderungan untuk memberikan penilaian yang positif kepada pihak yang berkomunikasi. Hal ini ditunjukkan dalam sikap dan perilaku, menunjukkan bahwa partisipan dalam interaksi tersebut memiliki pikiran dan perasaan positif serta berkontribusi dalam kegiatan kerjasama. (5) Kesamaan (*equality*), dalam komunikasi interpersonal menandakan adanya kesetaraan antara komunikator dan komunikan. Kesetaraan ini dianggap sebagai aspek penting untuk mendukung kelangsungan dan keberhasilan komunikasi interpersonal.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci yang menentukan keputusan pembelian selanjutnya. Kepuasan ini terkait dengan pengalaman individu dan situasi yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang pada akhirnya menciptakan persepsi positif

dan kepuasan terhadap perusahaan. Oleh karena itu, dalam berinteraksi dengan pelanggan, karyawan harus memiliki keterampilan serta sikap yang positif. Sikap positif dalam bekerja akan menciptakan persepsi yang positif terhadap orang lain. Menurut Gaspersz, kepuasan konsumen adalah kondisi dimana produk yang dikonsumsi berhasil memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Maksudnya adalah kepuasan merupakan ekspresi senang atau ketidakpuasan seorang wisatawan terhadap pengalaman yang dialami. Ketika seorang wisatawan merasa senang dengan objek wisata, mereka akan merasa puas dengan pengalaman tersebut. Namun, jika wisatawan merasa kecewa, objek wisata akan dinilai buruk oleh mereka (Saputri, 2021).

Menurut Kotler & Keller dalam (Anggoro & Baskoro, 2022), ada beberapa faktor untuk mengukur kepuasan pengunjung, yaitu; (1) **Harapan (*Expectations*)**: Harapan konsumen dari suatu produk dan layanan terbentuk sebelum mereka melakukan pembelian, dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, informasi dari berbagai sumber, dan upaya pemasaran. (2) **Kinerja (*Performance*)**: Kinerja aktual produk atau layanan saat digunakan oleh konsumen, yang dinilai berdasarkan fungsionalitas dan efektivitas tanpa dipengaruhi oleh harapan awal mereka. (3) **Perbandingan (*Comparison*)**: Setelah menggunakan produk atau layanan, konsumen akan membandingkan kinerja aktual dengan harapan yang mereka miliki sebelumnya, untuk menilai tingkat kepuasan mereka. (4) **Penegasan (*Confirmation*)**: Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka dengan merek lain atau pengalaman orang lain. Penegasan terjadi ketika kinerja produk atau layanan sesuai atau

melebihi harapan, sedangkan penegasan negatif terjadi kinerja tidak memenuhi harapan. (5) **Ketidaksesuaian (Disparency)**: Mengindikasikan perbedaan antara kinerja actual dan harapan konsumen. Ketidaksesuaian ini bisa positif (kinerja melebihi harapan) atau negative (kinerja tidak memenuhi harapan), yang akhirnya mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

### Hipotesis

Dalam penelitian ini ingin menguji hipotesis keterkaitan antara variabel X (independen) dan variabel Y (dependen). Adapun hipotesis yang akan diuji di penelitian ini :

Ha: Komunikasi interpersonal yang efektif antara *tourguide* dan pengunjung memiliki pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah

Ho: Komunikasi interpersonal antara *tourguide* dan pengunjung tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah.

### III. METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode kuantitatif deskriptif. Menurut Ibrahim, penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena, kejadian atau peristiwa yang terjadi (Wujayanti et al., 2023). Menurut Arikunto, pendekatan kuantitatif digunakan karena melibatkan angka dalam setiap tahapannya, mulai dari pengumpulan data, interpretasi data, hingga penyajian hasil (Wujayanti et al., 2023). Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah pengunjung TMII yang menggunakan layanan *tourguide*, dengan jumlah kunjungan 267,952 ribu orang pada April 2024.

### Teknik Pengambilan Sampling

Penelitian ini dilaksanakan secara luring (offline) menggunakan online survey (*google form*) untuk mengumpulkan data dari partisipan dengan akses internet. Sampel dalam penelitian terdiri dari pengunjung Taman Mini Indonesia Indah yang menggunakan layanan *tourguide*. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik nonprobabilitas (*nonprobability sampling*). Sugiyono menjelaskan, teknik ini digunakan ketika populasi memiliki variasi yang tidak seragam dan bertingkat secara proporsional (Palupi Muslikhah et al., 2022). Secara khusus, teknik yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel secara kebetulan (*accidental*), dimana responden dipilih berdasarkan ketersediaan mereka di lokasi penelitian (Palupi Muslikhah et al., 2022). Dalam hal ini, peneliti mengambil responden yang menggunakan layanan *tourguide* dan kebetulan berada di Taman Mini Indonesia Indah.

Penelitian ini menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat salah 10%. Semakin kecil tingkat kesalahan, semakin besar jumlah sampel yang diperlukan. Hal ini bertujuan mengurangi resiko kesalahan dalam penggeneralisasian (Saputri, 2021). Hasil perhitungan menunjukkan nilai sebesar 99,96 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 sampel responden. Kuesioner disediakan dalam format *online* dan disebarakan kepada 100 responden yakni pengunjung yang menggunakan layanan *tourguide*.

### Teknik Pengambilan Data

Peneliti menggunakan kuesioner dalam mengambil data. Jenis kuesioner yang

digunakan peneliti adalah kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah jenis kuesioner yang menuntut responden untuk memberikan jawaban singkat atau memilih dari pilihan yang tersedia. Penelitian ini menggunakan menggunakan skala Likert empat angka pilihan atau genap, dimulai dari satu hingga empat. Hal ini karena bisa membantu menghindari "Central Tendency Bias" yang dapat terjadi dalam penggunaan skala Likert ganjil (Intang, 2023). Metode pengisian kuesioner dilakukan melalui *google form* sebagai alat pengumpulan data. Peneliti menyebarkan kuesioner dalam bentuk link *google form* yang sudah diubah menjadi berbentuk *barcode*, dengan pengambilan responden pengunjung yang kebetulan ada atau tersedia di TMII.

**Tabel 1.** Operasional Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator
Komunikasi Interpersonal	Keterbukaan	Dialog
		Informasi
	Empati	Perhatian
	Dukungan	Tanggapan Baik
	Rasa Positif	Berfikir Positif
Kepuasan Pengunjung	Kesamaan	Hubungan yang baik
	Expectations	Persepsi tentang nilai atau manfaat yang diterima
	Performance	Persepsi tentang nilai atau manfaat yang diterima
	Comparison	Standar konsumen berdasarkan pengalaman masa lalu.
		Evaluasi pelayanan.
Confirmation	Keputusan untuk menggunakan kembali layanan tersebut.	
Discrepancy	Perbedaan harapan dengan kenyataan.	

Instrumen yang valid mengacu pada alat ukur yang mampu menghasilkan data yang akurat. Validitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2021). Dalam

penelitian ini, uji validitas menggunakan program IBM SPSS 29,0. Hasil analisis perhitungan validitas ( $r_{xy}$ ) dikonsultasikan dengan nilai  $r_{tabel}$  pada tingkat signifikan 5%. Jika  $r_{xy} > r_{tabel}$  maka instrumen tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika  $r_{xy} < r_{tabel}$  maka item instrumen dinyatakan tidak valid (Palupi Muslikhah et al., 2022).

Selanjutnya, pengujian reliabilitas dilakukan dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan atau keandalan instrumen pengumpul data. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS. Suatu item dinyatakan reliabel jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel (Wujayanti et al., 2023).

#### IV. PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, dilakukan analisis instrumen seperti uji validitas, reliabilitas, pemeriksaan asumsi klasik, serta pengujian hipotesis terkait dampak komunikasi interpersonal dari tourguide terhadap tingkat kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah. Hasil dari penelitian yang telah diproses menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29 mengungkapkan temuan sebagai berikut :

**Tabel 2.** Analisis Statistik Deskriptif

Statistics			
		Komunikasi Interpersonal (X)	Kepuasan Pengunjung (Y)
N	Valid	100	100
	Missing	0	0
Mean		52.16	52.02
Std. Error of Mean		.530	.553
Median		53.00	53.00
Mode		53	54
Std. Deviation		5.299	5.527

Variance	28.075	30.545
Range	45	45
Minimum	15	15
Maximum	60	60
Sum	5216	5202

Hasil analisis data untuk variabel komunikasi interpersonal, yang dikumpulkan melalui instrumen berisi 15 pernyataan kepada 100 responden, menunjukkan skor terendah 15 dan skor tertinggi 60. Setelah data diproses, diperoleh mean berjumlah 52,16, median berjumlah 53,00, modus berjumlah 53, dan simpangan baku berjumlah 5,299. Distribusi median, mean, dan modus yang hampir sama ini mengindikasikan penyebaran data variabel komunikasi interpersonal menunjukkan kecenderungan normal.

Untuk mendeskripsikan data variabel kepuasan pengunjung, peneliti mengumpulkan data dari 100 responden. Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh melalui instrumen berisi 15 pernyataan, ditemukan bahwa skor terendah adalah 15 dan skor tertinggi 60. Setelah data diproses diperoleh mean berjumlah 52,02, median berjumlah 53,00, modus berjumlah 54,00 dan simpangan baku sebesar 5,527. Distribusi median, mean, dan modus yang hampir sama ini mengindikasikan penyebaran data variabel komunikasi interpersonal menunjukkan kecenderungan normal.

### Uji Validitas

Hasil uji validitas menggunakan SPSS versi 29, menyatakan bahwa instrumen pengukuran untuk variabel komunikasi interpersonal dan variabel kepuasan pengunjung dianggap valid, karena seluruh hasil pertanyaan memiliki total nilai r hitung melebihi rtabel yang ditetapkan (0,195). Sehingga dapat

disimpulkan bahwa 15 pernyataan variabel komunikasi interpersonal dan 15 pernyataan variabel kepuasan pengunjung dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 3.** Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics		
	Cronbach's Alpha	N of Items
Komunikasi Interpersonal (X)	.878	15
Kepuasan Pengunjung(Y)	.876	15

Hasil pengujian reliabilitas memperoleh nilai Cronbach Alpha pada variabel komunikasi interpersonal sebesar 0,878 dan untuk variabel kepuasan pengunjung sebesar 0,876. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha > 0,7 dan dapat dijadikan sebagai alat ukur dalam penelitian.

### Uji Linearitas

Uji Linearitas adalah bahwa hubungan yang dianggap linier jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 dan dianggap tidak linier jika nilainya lebih kecil dari 0,05 (Amarta & Nugroho, 2022). Dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil adalah adanya hubungan linier antara komunikasi interpersonal *tourguide* terhadap kepuasan pengunjung. Berikut adalah hasil uji linearitas yang diperoleh dari pengolahan data.

**Tabel 4.** Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pengunjung * Komunikasi Interpersonal	Between Groups	2364.669	16	147.792	18.606	<.001
	Linearity	1837.116	1	1837.116	231.280	<.001
	Deviation from Linearity	527.553	15	35.170	4.428	<.001
	Within Groups	659.291	83	7.943		
Total		3023.960	99			

Berdasarkan analisis data SPSS diatas, ditemukan bahwa nilai untuk variabel komunikasi interpersonal terhadap variabel kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah pada kategori *Linearity* dalam tabel anova adalah 0,01 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier yang signifikan antara variabel komunikasi interpersonal *tourguide* dan kepuasan pengunjung di TMII.

**Uji korelasi Pearson**

**Tabel 5. Korelasi Pearson**

Correlations			
		Komunikasi Interpersonal Tourguide	Kepuasan Pengunjung
Komunikasi Interpersonal	Pearson Correlation	1	.779*
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
Kepuasan Pengunjung	Pearson Correlation	.779*	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel *Correlations* diatas memuat besarnya korelasi adalah 0,779 dengan signifikansi 0,001. Dengan nilai koefisien korelasi positif sebesar 0,779, arah hubungan antara variabel tersebut adalah positif dan menunjukkan korelasi yang kuat

**Analisis Regresi Linear Sederhana Koefisien Determinasi**

**Tabel 6. Model Summary**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 <sup>a</sup>	.608	.604	3.480

Tabel model summary dari uji regresi linear sederhana tersebut menunjukkan nilai

koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar 0,608

Selanjutnya, untuk mencari pengaruh variabel komunikasi interpersonal (X) terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y) maka menggunakan analisis yaitu model analisis regresi linear sederhana. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Jika nilai signifikansi > 0,05 maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

**Tabel 7. Coefficients Analisis Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.614	3.461		2.778	.007
	Komunikasi Interpersonal	.813	.066	.779	12.316	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan tabel tersebut, tingkat signifikansi adalah 0,001. Karena nilai signifikansi 0,001 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima.

**V. PENUTUP**

Berdasarkan pemaparan penelitian diatas, diperoleh kesimpulan bahwa komunikasi interpersonal *tourguide* memiliki pengaruh positif dan berkontribusi yang besar terhadap kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah. Hal ini menandakan jika semakin efektif komunikasi interpersonal yang dilakukan *btourguide*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah. Selain itu, terdapat hubungan antara kualitas komunikasi interpersonal *tourguide* dengan tingkat kepuasan pengunjung yang tinggi. Semakin aktif dan informatif komunikasi yang



dilakukan oleh tourguide, semakin besar kemungkinan pengunjung merasa puas dengan pengalaman mereka di Taman Mini Indonesia Indah.

## Saran

Setelah melakukan penelitian tentang pengaruh komunikasi interpersonal tourguide terhadap kepuasan pengunjung di Taman Mini Indonesia Indah, maka peneliti memberikan saran untuk Taman Mini Indonesia Indah dapat terus mengoptimalkan kualitas pelayanan melalui tourguide agar tingkat kepuasan pengunjung terus meningkat. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan pelatihan rutin bagi tourguide mengenai pengetahuan budaya, sejarah serta teknik komunikasi yang efektif dan menarik. Selain itu untuk meningkatkan kualitas pelayanan, TMII dapat mempertimbangkan untuk menyelenggarakan sesi feedback rutin dari pengunjung mengenai kinerja tourguide. Feedback ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi area yang butuh perbaikan dan memastikan bahwa tourguide dapat memenuhi harapan pengunjung dengan lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Adianti, R. (2021). *Pengaruh Intensitas Komunikasi Pramuwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kota Batam*. Universitas Putera Batam.

Anggoro, damas aryo, & Baskoro, dimas aryo. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Global Research on Tourism Development and Advancement*, 4.

Atiek Ishlahiyah Al Hamasy. (2024). *Kunjungan Turis Asing Naik, Sektor Pariwisata Jakarta Diprediksi Tetap Kuat*. Kompas ID.

<https://www.kompas.id/baca/metro/2024/01/03/wisataat>

*Expert Survey: Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tumbuh pada 2024*. (2023). Kemenparekraf.

<https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/expert-survey-sektor-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-tumbuh-pada-2024>

Finasari, F., & Surikno, H. (2021). Pengaruh Komunikasi Interpesonal Guru Pendidikan Agama Islam Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik (Studi Kasus Kelas VIII di SMP Negeri 3 Sungai Geringging). *Jurnal Kajian Keislaman*, 11.

Intang, A. (2023). *Pengaruh Fitur, Brand Image, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Cilincing*. STIE Indonesia Jakarta.

*Manparekraf Sandiaga Uno Support Kembangkan Potensi Pariwisata Berbasis Budaya di OKI*. (2021). Explore Your South Sumatra. <https://giwang.sumselprov.go.id/news/detail/manparekraf-sandiaga-uno-support-kembangkan-potensi-pariwisata-berbasis-budaya-di-oki-77#>

Ngoc, M. (2023). *Pemulihan yang Kuat dari Pariwisata Thailand*. Radio Suara Vietnam. <https://vovworld.vn/id-ID/rumah-asean/pemulihan-yang-kuat-dari-pariwisata-thailand-1240765.vov>

Palupi Muslikhah, F., Ernawati, E., & Rizal, S. (2022). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Tour Guide Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Curug Cikuluwung. *Jurnal Kajian Islam Modern*, 8(02), 21–34. <https://doi.org/10.56406/jkim.v8i02.114>

Ramadhan, I., & Anggraini, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata Terhadap Kepuasan Peserta Kegiatan Pengenalan Destinasi Wisata Disparekraf DKI Jakarta. *Open Journal Systems*, 18.

Saputri, audiyah sahara. (2021). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal Pengelola*

*Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Di Kabupaten Indragiri Hulu.* Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Wujayanti, winda yunda, Irawan, pristanto ria, & Saputro, A. (2023). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kerjasama Team Pada PT. Teguh Anugrah Rejeki Bekasi. *Journal Of Social Science Research*, 3.