



## **PENGARUH INTENSITAS KOMUNIKASI PRAMUWISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI KOTA BATAM**

Ageng Rara Cindoswari, Risna Adianti  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam  
Jalan R. Soeprato, Kel. Kibing, Kec. Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan Riau  
No. HP: 081272802200, 081375832827  
email: cindoswari@gmail.com

Naskah diterima tanggal 24 Februari 2021 direvisi tanggal 22 September 2021 disetujui tanggal  
6 Oktober 2021

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan membahas seberapa besar pengaruh intensitas komunikasi pramuwisata mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Batam. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei, teknik yang digunakan dalam pengambilan sampling dilakukan dengan teknik *non probability sampling*, yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik sampel ini digunakan karena berfokus pada wisatawan yang menggunakan jasa biro perjalanan untuk melakukan perjalanan ke tempat wisata yang ada di Kota Batam. Pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan intensitas komunikasi pramuwisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan namun kurang signifikan, hasil penelitian memperoleh 19,6% sedangkan sisanya 80,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Karena hasil uji determinasinya rendah, hal ini membuat penulis melakukan penelitian terhadap masing-masing indikator. Tingkat terkuat yang paling berpengaruh terletak pada indikator keteraturan dalam berkomunikasi terhadap bukti langsung yaitu dengan nilai 0,213 atau 21,3% dengan kategori rendah. Sedangkan untuk indikator terlemah yaitu pada indikator perhatian yang diberikan terhadap daya tanggap, yaitu dengan nilai 0,000 atau 0% dengan kategori sangat rendah.

**Kata-kata kunci:** Komunikasi interpersonal; intensitas komunikasi; pramuwisata; kepuasan wisatawan.

### **Abstract**

*This research explains how the tour guide's intensity of communications affects the tourists' satisfaction who visit Batam. This is a quantitative research that uses survey method, this research uses non probability sampling with purposive sampling technique. This technique focuses on tourists who use travel agent to visit places in Batam. This research uses questionnaire to collect the data. The result of this research says that the tour guide's intensity of communications affected the tourists' satisfaction, however it is not effective. The coefficient of result shows that 19,6% the other 80,4% is because of other factors. Because the result of the determination test are low, this makes the authors conduct research on each indicator. Which indicator affected the most is how frequently the communications itself, which shows that 0,213 or 21,3% on the low category. And for the least indicator that affected this research is the attention that the tour guide gives which is 0,000 or 0% on the very low category.*

**Keywords:** *Interpersonal communications, intensity of communications, tour guides, tourists' satisfaction.*

## Pendahuluan

Kota Batam adalah salah satu kota terbesar di Wilayah Kepulauan Riau Indonesia dengan luas wilayah daratan yaitu 715 kilometer persegi, sedangkan luas keseluruhan mencapai 1.575 kilometer persegi. Meski-pun Kota Batam wilayah ukurannya kecil tetapi dalam sektor pariwisata kota ini cukup berkembang karena letak geogra-fisnya dekat dengan negara tetangga yaitu Singapura dan Malaysia (Jdih Kota Batam, 2019).

Selain posisinya yang berdekatan dengan negara tetangga, daya tarik wisata Kota Batam yang sering dikunjungi adalah resor, ini merupakan tempat penginapan yang memiliki fasilitas khusus untuk menikmati keindahan seperti pantai maupun pegunungan, beberapa resor yang banyak dikunjungi wisatawan di Kota Batam yaitu seperti Turi Beach Resort, KTM Resort, Montigo Resort, Harris Resort dan resort lainnya. Selain terdapat resort, yang paling diminati wisatawan yaitu wisata pulau, seperti Labun Island Kepri Coral, Ranoh Island, dan lainnya yang merupakan tempat dengan berbagai fasilitas wahana air, olahraga dan lainnya yang dapat dinikmati dengan paket *one day tour* maupun menginap.

Objek wisata lainnya yang menjadi pusat perhatian wisatawan di Kota Batam yaitu ikon Kota Batam seperti tulisan *Welcome to Batam* yang terdapat di tengah perkotaan yang menyerupai landmark ala *Hollywood* dan terdapat Jembatan Barelang, dengan keindahan panorama alam yang terbentang luas sekitar jembatan serta bentuknya yang menyerupai jembatan legendaris Golden Gate di wilayah San Fransisco, Amerika Serikat.

Untuk wisata religi, budaya dan sejarah yang sering dikunjungi wisatawan

di Kota Batam adalah seperti Masjid Agung Batam, Kampung Vietnam, Masjid Sultan Mahmud Riayat Syah, Masjid Cheng Ho, dan Vihara Budhi Bakti. Selain itu terdapat wisata kuliner yang menarik wisatawan salah satunya yaitu kuliner seafood (dinas budaya dan pariwisata, 2020).

Pariwisata di Kota Batam saat ini sangat baik karena ditunjang dari banyaknya agen perjalanan yang menyediakan paket wisata beserta pemandu wisata, sehingga wisatawan mendapatkan informasi mengenai objek wisata yang dikunjungi. Usaha yang dilakukan Pemerintah Kota Batam untuk menunjang sektor pariwisata adalah dengan melakukan penataan infrastruktur, penataan objek wisata, dan bahkan event pariwisata yang dibuat dalam kalender khusus pariwisata yaitu kalender Kegiatan Kepariwisata Kota Batam. Selain peran pemerintah terdapat peran anggota organisasi yang bergerak untuk mendukung dan mengembangkan pariwisata di Kota Batam. Berikut data yang diperoleh menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kepulauan Riau, yaitu: *Association of The Indonesia Tours And Travel* (ASITA) dengan jumlah anggota 73, Asosiasi Pariwisata Bahari Indonesia Kepri (ASPABRI) dengan jumlah anggota 37, Insan Pariwisata Indonesia Kepri (IPI) dengan jumlah anggota 92, Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia Kepri (ASPPI) dengan jumlah anggota 4. Dengan total keseluruhan 206 anggota atau pemilik agen perjalanan yang terdaftar di organisasi pariwisata Kota Batam.

Pramuwisata merupakan sumber daya manusia yang berperan penting dalam kegiatan pariwisata, karena seorang pra-

muwisata dituntut agar mampu berkomunikasi dengan baik, sehingga pesan atau informasi yang disampaikan kepada wisatawan dapat dimengerti, dari hal tersebut akan memberikan manfaat dalam dunia pariwisata yaitu kepuasan wisatawan. Namun, dalam rangka untuk meningkatkan kompetensi para pramuwisata dilakukan serangkaian pelatihan-pelatihan hingga pada pelaksanaan sertifikasi untuk pramuwisata.

Dalam melakukan pelatihan dan sertifikasi sangat penting peran sebuah organisasi pramuwisata sebagai wadah tunggal pribadi-pribadi yang memiliki profesi sebagai pramuwisata. Menangani hal tersebut, terdapat asosiasi Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) yang merupakan organisasi swasta nonpolitik dan mandiri yang merupakan solusi wadah pramuwisata. Hasil wawancara peneliti menurut data dari Ketua Bidang Organisasi Himpunan Pramuwisata Indonesia Kota Batam, Pramuwisata yang terdaftar di Kota Batam pada akhir tahun 2019 adalah sebanyak 304 pramuwisata yang terbagi oleh *guide* atau pemandu bahasa Indonesia 12 orang, pemandu bahasa Indonesia/ *out-bound* 118 orang, pemandu bahasa Korea 49 orang, dan pemandu bahasa Mandarin 125 orang (Lazuardi, 2019).

Kegiatan kepemanduan sebuah objek wisata kepada wisatawan menuntut ketrampilan dari para pramuwisata dan biasanya kemampuan dapat dilihat dari aspek verbal maupun nonverbal. Hal tersebut merupakan aspek utama dalam mengaktifkan komunikasi antarpribadi. Tugas dari seorang pramuwisata yaitu memberikan penjelasan secara detail kepada wisatawan mulai dari cerita yang berlatar

belakang sejarah, tata cara dan kebiasaan hidup masyarakat setempat.

Dalam hal ini, kegiatan kepemanduan merupakan salah satu contoh dari bentuk komunikasi antarpribadi karena kegiatan pramuwisata yang memberikan informasi kepada wisatawan untuk mendapatkan apa yang wisatawan butuhkan. Secara umum komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi.

Kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Batam didasarkan pada tingkat pemahaman seorang pramuwisata mengenai objek wisata yang dikunjungi. Faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, yaitu kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan wisatawan ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen jasa (Trita Yudi, Oka Karini, & Leli Kusuma Dewi, 2015).

Untuk meningkatkan pariwisata di Kota Batam, sangat pentingnya peningkatan sumber daya manusia dalam mutu pelayanan. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri (Kotler and Keller, 2009). Etika penyampaian informasi, keramah-tamahan seorang pramuwisata merupakan tolak ukur kepuasan wisatawan. Untuk mengoptimalkan peran komunikasi pramuwisata guna meningkatkan pemahaman wisatawan.

Melihat dampak dari aspek yang diberikan wisatawan baik dampak positif maupun negatif melalui intensitas pramuwisata serta guna membantu pemerintah meningkatkan sebuah sektor pariwisata di

Kota Batam menjadi alasan peneliti melakukan penelitian ini, karena sejauh ini kepuasan wisatawan menjadi tolak ukur perkembangan sektor pariwisata di Kota Batam. Salah satu yang menjadi perhatian bagi Pemerintah Kota Batam untuk menunjang sumber daya manusia sebagai strategi pengenalan pariwisata adalah melalui peran pramuwisata atau pemandu wisata untuk memberikan informasi mengenai objek wisata Kota Batam. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian terkait dengan seberapa pengaruhnya komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan. Sebagai usaha untuk memper-oleh alternatif bagi pelaku pariwisata Kota Batam dalam memenuhi kebutuhan tentang pemahaman objek wisata dan kepuasan wisatawan dari segi praktis.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini bertujuan membahas seberapa besar pengaruh intensitas komunikasi pramuwisata mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Kota Batam. Penelitian ini merupakan Penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei yang dilaksanakan dengan meninjau secara langsung pada suatu gejala dengan menggunakan sistem sampling.

Data yang diambil dari populasi atau data primer yang terkumpul diperoleh melalui sumber data pertama yang ada di lapangan. Sumber data tersebut berasal dari responden yang mengisi kuesioner yang telah dibagikan melalui *online* yaitu dengan *google form*. Hasil kuesioner yang didapat berupa data tersebut selanjutnya disimpan dalam format *excel* yang digunakan sebagai data mentah yang akan dianalisa melalui *software SPSS*.

### **Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti (Prasetyo & Jannah, 2012:119). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah wisata-wan yang berkunjung ke Kota Batam melalui biro perjalanan yang terdapat pada anggota organisasi Aspabri (Asosiasi Pariwisata Bahari Indonesia Kepri).

### **Operasionalisasi Variabel**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan di Kota Batam. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel *independent* atau variabel bebas dan variabel *dependent* atau variabel terikat. Intensitas komunikasi pramuwisata merupakan variabel independen atau yang dikatakan variabel yang mempengaruhi, sedangkan untuk variabel dependen atau yang dipengaruhi yaitu kepuasan wisatawan di Kota Batam. Untuk dapat mengidentifikasi kepuasan wisatawan, dibutuhkannya upaya pemenuhan sesuatu dalam pelayanan pramuwisata kepada wisatawan, agar dapat mengukur upaya kebutuhan dan kepuasan wisatawan dapat ditinjau dari indikator-indikator dalam pelayanan.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan Uji Validitas dan Reabilitas**

Responden akan mengisi sebuah kuesioner yang dibuat berkaitan dengan teori-teori tersebut untuk menilai pelayanan dari pramuwisata. Selanjutnya data dari kuesioner tersebut disusun di *excel* dan diolah menggunakan *software SPSS*. Peneliti juga telah melakukan berbagai upaya dengan mengurangi pertanyaan-

pertanyaan sebelumnya menggunakan contoh sampel untuk mendapatkan pertanyaan yang valid. Setelah melakukan uji validitas dengan sampel sebelumnya, hasil menunjukkan bahwa dari 47 jumlah soal atau indikator dari variabel X dan Y, maka diperoleh hasil kuesionernya valid, karena nilai korelasi perindikator lebih besar daripada nilai r tabel. Selanjutnya, peneliti melakukan uji reliabilitas.

**Tabel 1.**  
**Uji Reabilitas Intensitas Komunikasi**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .723             | 20         |

Sumber: Data olahan SPSS, 2020

**Tabel 2.**  
**Uji Reabilitas Kepuasan Wisatawan**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .737             | 29         |

Sumber: Data olahan SPSS, 2020

Reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien reliabilitas Alpha Cronbach, yang dihitung menggunakan prosedur reliabilitas dalam program paket SPSS. Pada tabel 1 dan 2 menunjukkan hasil yang bagus, karena nilai alpha > 0,60, Cronbach's alpha pada Intensitas Komunikasi 0,723, dan pada kepuasan wisatawan juga menunjukkan data yang bagus, yaitu Cronbach's alpha 0,737. Semua pertanyaan dalam kuesioner dianggap reliabel, sehingga semua pertanyaan dalam kuesioner dapat diproses dengan benar.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas *Kolmogrov-Smirnov*

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai uji pada *kolmogrov-smirnov* dikatakan normal jika nilai *probability sig(2tailed)* >  $\alpha(0,05)$ . Kriteria pengujian dikatakan normal apabila:

- Jika  $Z_{hitung} < Z_{tabel}$  atau nilai signifikansi > nilai signifikansi 0,05, maka data yang diuji terdistribusi dengan normal;
- Jika  $Z_{hitung} > Z_{tabel}$  atau nilai signifikansi < nilai signifikansi 0,05, maka data yang diuji terdistribusi secara tidak normal.

**Tabel 3.**  
**Uji Normalitas *Kolmogrov-Smirnov***

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |                         |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                    |                | Unstandardized Residual |
| N                                  | 61             |                         |
| Normal Parameters <sup>a</sup>     | Mean           | .0000000                |
|                                    | Std. Deviation | 8.56990243              |
| Most Extreme Differences           | Absolute       | .088                    |
|                                    | Positive       | .088                    |
|                                    | Negative       | -.077                   |
| Kolmogorov-Smirnov Z               |                | .685                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .737                    |
| a. Test distribution is Normal.    |                |                         |

Sumber: Data olahan SPSS, 2020

Dari tabel 3 di atas, diperoleh nilai *Asymp Sig.(2-tailed)* adalah 0,737 yaitu nilai ini lebih dari 0,05 yang bermakna bahwa data yang diuji pada penelitian ini bersifat normal dan memenuhi asumsi normalitas.

#### 2. Uji Linearitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                        |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |                        | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)             | -1.152                      | 1.202      |                           | 2.836 | .000 |
|                           | Komunikasi_Pramuwisata | .000                        | .022       | .000                      | 2.225 | .002 |

Uji ini merupakan uji untuk melihat apakah ada hubungan linear yang signifikan dari kedua variabel yang sedang diteliti. Uji ini merupakan prasyarat penggunaan analisis regresi dan korelasi. Uji ini menggunakan tingkat signifikan sebesar 5% alpha, maka suatu variabel memiliki hubungan linear dengan variabel lain jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.

**Tabel 4. Uji Linearitas**

| ANOVA Tabel                                |                |                          |                |    |             |        |      |
|--|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
|  |                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig  |
| Kepuasan Wisatawan* Komunikasi Pramuwisata | Between Groups | (Combined)               | 2212.167       | 21 | 105.341     | 12.57  | .262 |
|  |                | Linearity                | 1072.652       | 1  | 1072.652    | 12.805 | .001 |
|  |                | Deviation from Linearity | 1139.515       | 20 | 56.976      | 680    | .821 |
|  | Within Groups  |                          | 3267.079       | 39 | 83.771      |        |      |
|  | Total          |                          | 5479.246       | 60 |             |        |      |

Sumber: Data olahan SPSS, 2020

Dari output tabel 4 di atas diperoleh nilai Deviation from Linearity dengan nilai Sig adalah 0,821 dimana hasil ini lebih dari 0,05 yang bermakna terdapat hubungan linear signifikan antara intensitas komunikasi pramuwisata (X) dan Kepuasan wisatawan (Y).

### 3. Uji Heterosdastisitas

Uji hasil heterosdastisitas menggunakan uji *glejser*. Model tidak mengalami

heterosdastisitas jika nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi > nilai alpha-nya.

**Tabel 5. Uji Heterosdarisitas**

**Tabel 6 Anova**

| ANOVA Tabel    |                          |                |    |             |        |      |
|----------------|--------------------------|----------------|----|-------------|--------|------|
|                |                          | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig  |
| Between Groups | (Combined)               | 2212.167       | 21 | 105.341     | 1.257  | .262 |
|                | Linearity                | 1072.652       | 1  | 1072.652    | 12.805 | .001 |
|                | Deviation from Linearity | 1139.515       | 20 | 56.976      | 680    | .821 |
| Within Groups  |                          | 3267.079       | 39 | 83.771      |        |      |
| Total          |                          | 5479.246       | 60 |             |        |      |

Sumber: Data olahan SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 6 output tersebut diketahui nilai Sig komunikasi pramuwisata adalah 0,002 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 maka berdasarkan asumsi heteroskesdastisitas dengan uji *Glejser* diketahui bahwa data dalam penelitian ini bebas dari gejala heteroskesdastisitas.

### 4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Dalam metode pengujiannya menggunakan uji *Durbin-Watson* (uji DW). Berikut tabel hasil uji autokorelasi menggunakan uji *Durbin-Watson*:

**Tabel 7. Model Summary**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .442 <sup>a</sup> | .196     | .182              | 8,64222                    | 1,556         |

Berdasarkan data tabel 7 diatas, didapat nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,556. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) = 61, serta k = 2 (k adalah jumlah variabel) diperoleh nilai dL = 1,518 dan dU = 1,654 Karena nilai DW (1,556) berada pada daerah antara dL dan dU, maka menghasilkan kesimpulan yang pasti (berada di daerah keragu-raguan).

### Pembahasan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas komunikasi pramuwisata dapat diukur dengan menggunakan uji tersebut:

### Uji Regresi Linear

Uji Regresi Linear digunakan untuk menentukan pengaruh variabel intensitas komunikasi pramuwisata terhadap variabel kepuasan wisatawan di Kota Batam, persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah  $Y = a + bX$ . Hasil perhitungan persamaan regresi linear sederhana ini memperoleh hasil berikut:

**Tabel 8.**  
**Pengaruh Intensitas Komunikasi Pramuwisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Kota Batam**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)              | 63.621                      | 13.995     |                           | 4.546 | .000 |
| Komunikasi Pramuwisata    | .718                        | .189       | .442                      | 3.790 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Wisatawan

Sumber: Data olahan SPSS, 2020

Dari tabel 8 diatas, hasil dari nilai signifikansi adalah 0,00 artinya nilai signifikan < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima (Jannah & Prasetyo, 2011). Hal

ini menunjukkan hasil tersebut bahwa adanya pengaruh antara Intensitas Komunikasi Pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan, maka dapat dilihat persamaannya dalam rumus berikut :

$$Y=63,621+0,718X.$$

### Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel X dan Y, apakah variabel X (Intensitas Komunikasi Pramuwisata) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Wisatawan). Pengambilan keputusan uji t hitung :Jika t<sub>hitung</sub> < t<sub>tabel</sub> maka H<sub>0</sub> diterima dan Jika t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> maka H<sub>0</sub> ditolak.

Hasil dalam Uji T atau Uji Hipotesis yaitu nilai t<sub>hitung</sub> adalah 3,790. Dengan t<sub>tabel</sub> (df = n-2), disini dijelaskan n adalah sampel dan 2 adalah derajat kebebasan / df = 61-2 = 59. T<sub>tabel</sub> yang diperoleh dari nomer 59 adalah 1,671 dengan signifikan 0,05. Maka dapat disimpulkan apabila t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima atau 3,790 > 1,671 maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Kesimpulannya yaitu Intensitas Komunikasi Pramuwisata (X) berpengaruh dan signifikansi terhadap kepuasan wisatawan (Y), ini berarti hipotesis digunakan diterima.

### Uji Identifikasi Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui jumlah responden atau persentase pengaruh dari variabel bebas dalam model regresi secara serentak memberikan pengaruh terhadap dependen. Sehingga angka, koefisiensi diperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan yang sebenarnya.

**Tabel 9.**  
**Identifikasi Determinasi Variabel (R<sup>2</sup>)**

| Model Summary                                     |                   |          |                   |                            |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model   | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1   | .442 <sup>a</sup> | .196     | .182              | 8.642                      |
| a. Predictors: (Constant), Komunikasi Pramuwisata |                   |          |                   |                            |

Sumber: Data olahan SPSS, 2020

Hasil menunjukkan bahwa nilai *R Square* adalah 0,196. Nilai dari 0,196 merupakan pengkuadratan koefisien korelasi<sup>3</sup>, yaitu  $0,442 \times 0,442 = 0,196$ . *R Square* disebut juga dengan istilah koefisien determinasi (KD). Hasil tersebut dapat diartikan bahwa intensitas komunikasi pramuwisata hanya memiliki pengaruh sebesar 19,6% terhadap kepuasan wisatawan.

Hubungan variabel intensitas komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan di Kota Batam dianalisis menggunakan sistem korelasi, berikut tabel korelasi variabel intensitas komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan :

**Tabel 10.**  
**Korelasi Variabel Intensitas Komunikasi Pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan di Kota Batam**

|                       |                     | Intensitas Komunikasi | Kepuasan Pramuwisata <sup>a</sup> |
|-----------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| Intensitas Komunikasi | Pearson Correlation | 1                     | .442**                            |
|                       | Sig. (2-tailed)     |                       | .000                              |
|                       | N                   | 61                    | 61                                |
| Kepuasan Pramuwisata  | Pearson Correlation | .442**                | 1                                 |
|                       | Sig. (2-tailed)     | .000                  |                                   |
|                       | N                   | 61                    | 61                                |

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

Sumber: Data olahan SPSS, 2020

Hasil menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maknanya

terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,442 dalam kategori sedang yang berarti Intensitas komunikasi yang terjalin antara pramuwisata terhadap wisatawan telah terjalin namun kurang efektif.

Faktor yang dianggap menjadi penghambat pengaruh komunikasi pramuwisata yaitu tingkat pemahaman wilayah atau area. Sebagaimana hasil penelitian menunjukkan 61 persen wisatawan langsung dari area Kota Batam. Hal tersebut terjadi karena penelitian dilakukan di awal masa pandemi Covid-19, dimana kondisi pandemi wisatawan yang berkunjung ke Kota Batam menurun karena peraturan pemerintah yang tidak mengizinkan wisatawan dari area luar Kota Batam masuk ke Kota Batam, jadi hanya wisatawan khusus area Batam yang dapat menikmati wisata di Kota Batam. Hal tersebut menjadikan wisatawan area Kota Batam tidak mengoptimalkan sumber daya manusia yaitu pramuwisata, karena pengetahuan mengenai wisata Kota Batam telah dikuasainya.

Berdasarkan hasil output data yang telah diperoleh dalam pembahasan diatas menunjukkan nilai R pada tabel tersebut sebesar 0,442 dengan terlihat juga data determinasi R Square adalah sebesar 0,196. Artinya pada tabel tersebut menjelaskan bahwasanya sebesar 19,6% intensitas komunikasi pramuwisata mempengaruhi kepuasan wisatawan di Kota Batam, sedangkan 80,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian diatas, diketahui nilai sig 0,000, maka jika nilai sig  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Jadi



0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak (ada pengaruh yang signifikan).

Setelah mengetahui pengaruh antar variabel, peneliti juga melakukan pengujian terhadap masing-masing indikator untuk melihat indikator mana yang paling kuat dan indikator mana yang lemah. Beri-

kut hasil dari uji identifikasi determinasi masing-masing indikator :

**Tabel 11.**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Indikator-indikator Intensitas Komunikasi Pramuwisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Kota Batam**  
 Kota Batam, maka kesimpulan yang dapat

| Indikator Variabel Y<br>Indikator Variabel X | Kehandalan | Daya Tanggap | Kompetensi | Akses | Komunikasi | Keamanan | Kredibilitas | Bukti Langsung | Memahami Pelanggan |
|--|------------|--------------|------------|-------|------------|----------|--------------|----------------|--------------------|
| Frekuensi komunikasi                         | 0,042      | 0,079        | 0,007      | 0,001 | 0,009      | 0,003    | 0,008        | 0,002          | 0,045              |
| Durasi berkomunikasi                         | 0,001      | 0,011        | 0,021      | 0,013 | 0,026      | 0,005    | 0,044        | 0,029          | 0,002              |
| Perhatian yang diberikan                     | 0,174      | 0,000        | 0,004      | 0,024 | 0,096      | 0,044    | 0,016        | 0,050          | 0,055              |
| Keteraturan dalam berkomunikasi              | 0,018      | 0,121        | 0,054      | 0,102 | 0,012      | 0,012    | 0,083        | 0,213          | 0,008              |
| Tingkat keluasan pesan                       | 0,002      | 0,128        | 0,035      | 0,042 | 0,007      | 0,010    | 0,153        | 0,184          | 0,025              |
| Tingkat kedalaman pesan                      | 0,066      | 0,017        | 0,069      | 0,095 | 0,032      | 0,106    | 0,126        | 0,095          | 0,014              |

Sumber: Data olahan SPSS, 2020

Dari tabel 11. di atas, dapat dilihat bahwa pengaruh terkuat pada masing-masing indikator pada intensitas komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan yaitu pada indikator keteraturan dalam berkomunikasi terhadap bukti langsung, yaitu dengan nilai 0,213 atau 21,3% dengan kategori rendah. Sedangkan untuk pengaruh terlemah pada masing-masing indikator pada intensitas komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan yaitu pada indikator perhatian yang diberikan terhadap daya tanggap, yaitu dengan nilai 0,000 atau 0% dengan kategori sangat rendah.

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh intensitas komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan di

diambil dari penelitian ini adalah :

1. Terdapat pengaruh intensitas komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan di Kota Batam, dengan ditolakannya  $H_0$  dan diterimanya  $H_a$ .
2. Intensitas Komunikasi antara pramuwisata terhadap wisatawan sudah terjalin namun kurang efektif, hal tersebut didasari oleh tingkat nilai pengaruh variabel X termasuk dalam kategori rendah. Hasil penelitian memperoleh 19,6 persen besarnya pengaruh komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan sedangkan sisanya 80,4 persen dipengaruhi oleh faktor lainnya. Faktor yang dianggap menjadi penghambat yaitu tingkat pemahaman area. Sebagaimana hasil penelitian menunjukkan 61 persen wisatawan langsung dari area Kota Batam. Hal tersebut terjadi karena penelitian dilakukan di awal masa

pandemi Covid-19, dimana kondisi pandemi saat ini mengakibatkan wisatawan yang berkunjung ke Kota Batam menurun karena per-aturan pemerintah yang tidak meng-izinkan wisatawan dari area luar Kota Batam masuk ke Kota Batam, jadi hanya wisatawan khusus area Batam yang dapat menikmati wisata di Kota Batam. Hal tersebut menjadikan wisa-tawan area Kota Batam tidak meng-optimalkan sumber daya manusia yaitu pramuwisata, karena pengetahuan mengenai wisata Kota Batam telah dikuasainya.

3. Hasil yang didapat setelah melakukan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada masing-masing indikator variabel intensitas komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan di Kota Batam diperoleh bahwa yaitu pada indikator keteraturan dalam berkomunikasi terhadap bukti langsung, yaitu dengan nilai 0,213 atau 21,3% dengan kategori rendah. Sedangkan untuk pengaruh terlemah pada masing-masing indikator pada intensitas komunikasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan yaitu pada indikator perhatian yang diberikan terhadap daya tanggap, yaitu dengan nilai 0,000 atau 0% dengan kategori sangat rendah.

#### Daftar Pustaka

- Dinas pariwisata dan kebudayaan. (2020).<https://disbudpar.batam.go.id> diakses tanggal 22 Januari 2020.
- Jannah, L. M., & Prasetyo, B. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jannah, L. M., & Prasetyo, B. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- JDIH Kota Batam, (2019). [jdih.batam.go.id](http://jdih.batam.go.id). diakses tanggal 14 November 2019.
- Kalebos, F. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daerah Wisata Kepulauan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajem*, 4, 489–502.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap KaryaKepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya. *Ilmu & Riset Manajemen*.
- Trita Yudi, I. K., Oka Karini, N. M., & Leli Kusuma Dewi, L. G. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramuwisata Lokal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan di Daya Tarik Wisata Alas Kedaton Tabanan. *Jurnal IPTA*, 3(2), 26. <https://doi.org/10.24843/ipta.2015.v03.i02.p05>
- Utami, M. R. (2017). Pengaruh Komunikasi Pramuwisata Terhadap Perilaku Wisatawan Di Museum La Galigo. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI)*. Retrieved from <http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=124000>