

# **Aktivitas Komunikasi Interpersonal *Tour Leader* Dalam Membangun Kepuasan Peserta Tour (Studi Pada Biro Perjalanan Wisata Scorpion Tour Surabaya)**

<sup>1</sup>Muhammad Okvianto Prasiswo, <sup>2</sup>Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, <sup>3</sup> Widiyatmo  
Ekoputro

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[moh.okvianto@gmail.com](mailto:moh.okvianto@gmail.com)

## **Abstract**

*This study aims to determine the interpersonal communication activities carried out by Scorpion Tour Surabaya tour leaders in building tour participant satisfaction based on the stages of interpersonal communication and communication goals theory. This research uses descriptive qualitative research with data collection techniques based on interviews, observation, and documentation. The results showed that the contact stage of the Scorpion Tour Surabaya tour leader began by giving a welcome or greeting and showing the tour leader's identity. Furthermore, the involvement stage, the tour leader shows relational goals by increasing the intensity of communication, building an atmosphere, and showing attention and care. At the stage of familiarity, interpersonal communication activities carried out by tour leaders are openness to communicate and the use of informal verbal language and humorous communication. In addition to this, this study found indicators of tour participants' satisfaction with interpersonal communication activities carried out by Scorpion Tour Surabaya tour leaders based on the quality of services provided by tour leaders which include Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangible.*

**Keywords:** *Interpersonal Communication, Communication Goal Theory, Tour Leader, Satisfaction.*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *tour leader* Scorpion Tour Surabaya dalam membangun kepuasan peserta tour berdasarkan tahapan – tahapan komunikasi interpersonal dan teori *communication goals*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan pada tahapan kontak *tour leader* Scorpion Tour Surabaya dimulai dengan memberikan sambutan atau *greeting* dan menunjukkan identitas diri *tour leader*. Selanjutnya tahapan keterlibatan, *tour leader* menunjukkan tujuan relasional dengan meningkatkan intensitas komunikasi, membangun suasana, serta menunjukkan perhatian dan kepedulian. Pada tahapan keakraban, aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *tour leader* yaitu keterbukaan berkomunikasi dan penggunaan bahasa verbal yang bersifat informal dan komunikasi bersifat humor. Selain hal tersebut, pada penelitian ini ditemukan indikator kepuasan peserta tour terhadap aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *tour leader* Scorpion Tour Surabaya berdasarkan kualitas pelayanan jasa yang diberikan *tour leader* yang meliputi *Reability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), dan *Tangible* (berwujud).

**Kata Kunci :** Komunikasi Interpersonal, Teori Tujuan Komunikasi, *Tour Leader*, Kepuasan.

## Pendahuluan

Dewasa ini, fenomena bisnis dalam bidang penyedia jasa biro perjalanan wisata kini semakin berkembang dengan begitu pesat. Banyak pelaku bisnis biro perjalanan wisata yang muncul karena kesadaran masyarakat akan peluang bisnis yang menjanjikan. Berdasarkan Undang – undang no 10 tahun 2009 disebutkan bahwa wisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilaksanakan oleh seseorang maupun kelompok dengan maksud mengunjungi tempat tertentu bertujuan untuk rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan daya Tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sebagai suatu aktivitas, pariwisata kini menjadi bagian penting bagi kebutuhan dasar masyarakat negara maju dan sebagian kecil masyarakat negara berkembang (Alvianna, 2017).

Menurut Damardjati, 2001, Biro perjalan wisata adalah perusahaan khusus dalam mengatur, menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan wisatawan termasuk kelengkapan perjalanannya, dari satu tempat ke tempat lain, baik dalam negeri, dari dalam negeri, ke luar negeri atau ke dalam negeri (Trimaryanto, 2016). Biro perjalanan wisata terbilang bisnis yang tidak memerlukan modal begitu banyak. Sebab modal yang diperlukan dalam bisnis ini hanyalah sebuah relasi dengan pelaku bisnis dalam bidang lainnya seperti penyedia jasa akomodasi, transportasi, rumah makan, *guide* wisata, dsb. Selain itu, bisnis biro perjalanan wisata juga memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas dalam melayani peserta tour.

*Tour leader* merupakan sebutan bagi pekerja yang terjun langsung di lapangan selama kegiatan tour berlangsung. *Tour leader* adalah istilah dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua suku kata, antara lain: *Tour* yang berarti perjalanan wisata dengan memakan waktu lebih dari 3 hari yang diselenggarakan dan diatur oleh Biro Perjalanan Wisata dengan peninjauan di beberapa titik lokasi tujuan dan *Leader* yang berarti pemimpin (Yoeti, 1990). *Tour leader* merupakan perwakilan perusahaan biro perjalanan wisata yang bertugas di lapangan untuk memimpin perjalanan wisata dan melayani kebutuhan wisatawan selama kegiatan wisata berlangsung.

*Tour leader* harus memiliki skill yang baik dalam memberikan pelayanan dan berkomunikasi dengan peserta tour. Dengan kata lain pada dunia bisnis terutama bidang jasa biro perjalanan wisata, jiwa kepemimpinan, wawasan, pelayanan, serta komunikasi interpersonal *tour leader* yang baik merupakan suatu hal yang sangat penting. Saat memberikan suatu informasi atau pelayanan kepada peserta tur, *tour leader* harus menerapkan sistem *service excellent* (pelayanan prima) guna menciptakan kepuasan tersendiri bagi peserta tur dan tentunya sangat berguna untuk menjaga citra positif perusahaan (Giastanti et al., 2018). Hal tersebut bertujuan untuk memberikan kesan senang, puas dan nyaman selama kegiatan wisata berlangsung, sehingga diharapkan dapat membangun hubungan serta kepuasan peserta tour terhadap kinerja dari *tour leader*.

Komunikasi yang dijalankan oleh *tour leader* dengan peserta tour yaitu komunikasi interpersonal atau antarpribadi langsung tatap muka. Komunikasi interpersonal ialah proses pertukaran informasi antara dua orang atau lebih secara langsung dan saling mempengaruhi sehingga terjadi umpan balik (Dilentika et al., 2023). Aktivitas komunikasi interpersonal dan kedekatan yang terjadi antara *tour leader* dengan peserta tour tersebut seharusnya terjalin dengan baik dan diharapkan dapat memberikan kenyamanan serta kepuasan bagi peserta tour selama kegiatan tour berlangsung (Insancamila et al., 2022). Apabila terjadi gap dalam berinteraksi antara *tour leader* dengan peserta tour, dapat memungkinkan berdampak pada penilaian kepuasan peserta

tour terhadap bagaimana pelayanan yang diberikan oleh biro perjalanan wisata melalui *tour leader* tersebut. Tentu sebagai *tour leader* perlu menerapkan strategi dalam menjalankan aktivitas komunikasi interpersonal yang bertujuan untuk membangun kepuasan peserta tour. Sebab *tour leader* merupakan pihak yang berada di lapangan dan menjadi garda terdepan dalam membangun hubungan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan hal tersebut kedalam rumusan masalah penelitian yaitu “bagaimana aktivitas komunikasi interpersonal *tour leader* Scorpion Tour Surabaya dalam membangun kepuasan peserta tour?”. Penelitian ini menggunakan teori tujuan komunikasi (*communication goals theory*) dan tahapan – tahapan komunikasi interpersonal. Teori tujuan komunikasi merupakan teori yang mempresentasikan bahwa setiap proses komunikasi memiliki tujuan dan niatan yang ingin dicapai oleh komunikator (Littlejohn & Foss, 2009). Menurut Littlejohn, Teori tujuan komunikasi ini memiliki tiga tujuan utama, yaitu : tujuan identitas, tujuan relasional, dan perhatian instrumental. Selanjutnya tahapan komunikasi terdiri dari tahapan kontak, keterlibatan, dan keakraban. Tahapan kontak merupakan tahapan awal komunikator mengawali interaksinya dengan komunikan. Tahapan keterlibatan yaitu tahapan komunikator meningkatkan intensitas komunikasi dengan komunikan untuk bisa mengenal lebih dalam. Dan tahapan keakraban ialah tahapan komunikator memperjelas hubungannya dengan komunikan.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dan perilaku orang – orang yang diamati (Moleong, 2021). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berarti sebagai memahami kejadian yang dirasakan oleh subyek penelitian. Pemilihan pendekatan ini dinilai tepat untuk menggambarkan permasalahan secara mendalam yang sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian sehubungan dengan aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *tour leader* dalam membangun kepuasan peserta tour.

Subyek penelitian ini adalah *owner*, *tour leader*, dan peserta tour Scorpion Tour Surabaya. Sedangkan obyek penelitian ini adalah aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *tour leader* saat kegiatan tour berlangsung. Sumber data primer merupakan kumpulan data yang didapatkan secara langsung dari obyek penelitian yang diteliti, baik obyek individual (narasumber) ataupun instansi lainnya untuk keperluan penelitian (Supangat, 2010). Data primer ini didapat melalui tahapan wawancara subyek penelitian ini. Sedangkan data sekunder, melalui studi literatur yang dilakukan pada beberapa buku, catatan, dan dari internet yang relevan dengan penelitian (Moleong, 2021). Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu : observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber data yang di peroleh.

### **Hasil dan Pembahasan**

Aktivitas komunikasi interpersonal *tour leader* berperan penting dalam menciptakan hubungan baik dengan peserta tour selama kegiatan tour berlangsung dan selain itu komunikasi interpersonal juga bisa membangun kepuasan pelaku komunikasi dalam bentuk interaksi antar

personal. Dengan adanya aktivitas komunikasi interpersonal yang terjadi antara *tour leader* dengan peserta tour, dapat memberikan pengetahuan atau informasi dan pengalaman komunikasi baru bagi kedua pelaku komunikasi ini. Peneliti melihat ada tujuan – tujuan tertentu dalam menjalankan aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *tour leader* Scorpion Tour Surabaya guna membangun kepuasan peserta tour dengan mengikuti beberapa tahapan – tahapan komunikasi interpersonal. Hasil dari beberapa tahapan komunikasi interpersonal dan tujuan – tujuan komunikasi yang dilakukan oleh *tour leader* Scorpion Tour Surabaya akan dijelaskan pada beberapa sub-bab di bawah ini.

### **Tahapan Kontak**

Kontak merupakan tahapan awal dalam memulai sebuah hubungan interpersonal dengan komunikan. Maksud tahapan kontak ini yaitu bagaimana seorang komunikator mampu mengawali sebuah interaksi dengan komunikan. Temuan peneliti dalam memulai interaksi yang dilakukan oleh *tour leader* sebagai komunikator pada penelitian ini menunjukkan sikap positif dalam mengawali interaksi dengan peserta tour yang merupakan komunikan pada penelitian ini. Sikap positif dimulai dengan menyapa peserta tour dan diiringi dengan senyuman, menunjukkan apabila *tour leader* membuka pintu komunikasi dengan peserta tour. Tujuan dari membuka pintu komunikasi yaitu menunjukkan komitmen individu dalam membangun hubungan baik dengan kolega ataupun pelanggan (Aw, 2011).

Selain itu terdapat tujuan identitas berupa standard yang digunakan untuk menampilkan diri sebagai seorang *tour leader*. Standard yang dimaksud bisa berupa bahasa yang digunakan, penampilan, ataupun sikap positif. Standard tersebut dapat memberikan nilai atau kesan awal peserta tour terhadap identitas diri seorang *tour leader*. Terdapat beberapa standard yang diterapkan oleh *tour leader* seperti standard bahasa, sikap positif, dan penampilan yang menjadi bagian penting dalam mempresentasikan identitas diri seorang *tour leader*. Standard bahasa yang digunakan yaitu bahasa verbal yang bersifat formal bertujuan untuk menyampaikan informasi penting dan bahasa verbal yang bersifat informal bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan peserta tour. Standard penampilan yang dimaksud yaitu penampilan yang terlihat rapi, *fresh*, wangi dan menarik tentu dapat memberikan penilaian baik dari peserta tour bahkan menjadi poin lebih dalam membangun kepuasan peserta tour.

Untuk memperkuat identitas diri sebagai seorang *tour leader* yang dapat dipercaya dalam memimpin kegiatan tour, terdapat beberapa strategi komunikasi yang dijalankan. Kedua *tour leader* memperhatikan bahasa verbal yang disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh peserta tour. Selanjutnya menunjukkan sikap positif seperti penerapan 5S (senyum, sapa, salam, sopan dan santun) terhadap peserta tour sehingga dapat menciptakan hubungan emosional positif selama kegiatan tour berlangsung. Selain hal tersebut keterbukaan *tour leader* dalam berkomunikasi dengan peserta tour juga menjadi bagian dari strategi yang dilakukan untuk membangun hubungan baik dengan peserta tour.

### **Tahapan Keterlibatan**

Keterlibatan merupakan tahapan dimana komunikator mulai meningkatkan intensitas komunikasi dengan komunikan dengan tujuan mengenal lebih dalam. Biasanya komunikator bereksperimen dan mencoba menggali lebih dalam terhadap diri komunikan. Kemampuan komunikasi interpersonal merupakan salah satu kepiawaian personal yang sangat penting bagi siapapun, baik komunikator maupun komunikan (Aw, 2011). Dengan kepiawaian personal dalam berkomunikasi terjadi dengan baik tentu peluang dalam membangun hubungan antar

personal akan meningkat. Namun sebaliknya justru dapat mengancam hubungan antara komunikator dan komunikan.

Pada tahapan ini, *tour leader* berusaha untuk membangun suasana yang menyenangkan bagi peserta tour dan dipadukan dengan komunikasi persuasif sebagai bentuk tujuan relasional dalam membangun hubungan baik dengan peserta tour. Tentu tindakan tersebut bertujuan untuk mencairkan suasana agar kegiatan tour ini tidak monoton atau tegang dan menciptakan kesan yang menyenangkan. Di tahapan ini pula *tour leader* menunjukkan rasa inisiatif dan empati dalam memperhatikan peserta tour. Dengan memberikan perhatian dan kepedulian kepada peserta tour, dapat menciptakan rasa aman dan nyaman selama kegiatan tour berlangsung. Tentu hal ini dapat memberikan penilaian kepuasan peserta tour terhadap pelayanan yang diberikan oleh *tour leader*. Dalam berbagai kesempatan, *tour leader* mencoba berinteraksi dengan peserta tour. Bentuk interaksi yang dilakukan berupa pertukaran informasi, berpartisipasi ke dalam lingkungan peserta tour, dan memberikan perhatian serta kepedulian seperti menawarkan bantuan ataupun menjadi pendengar yang baik. Pada dasarnya tahapan keterlibatan ini didasarkan atas kemauan personal *tour leader* (komunikator) dan peserta tour (komunikan) dalam melanjutkan interaksi komunikasi interpersonal. Tindakan – tindakan yang dilakukan oleh *tour leader* diatas dapat memberikan penilaian positif terhadap kinerja pelayanan yang diberikan.

### **Tahapan Keakraban**

Pada tahapan keakraban ini, komunikator memperjelas suatu hubungan yang dibangun. Tahapan ini memungkinkan komunikator mampu membangun hubungan dengan komunikan dimana nantinya akan menjadi seorang teman, sahabat, bahkan menjadi rekan bisnis. Di tahapan ini, bahasa yang digunakan oleh *tour leader* menjadi informal dan topik pembicaraan semakin dalam. Dengan menggunakan bahasa verbal yang bersifat informal ini, komunikator dan komunikan dapat dengan leluasa mengungkapkan perasaan, emosi, dan terciptanya komunikasi yang bersifat humor. Dengan penggunaan bahasa verbal informal ini menandakan hubungan antar pelaku komunikasi sudah berada di titik akrab. Selain itu bahasa verbal non formal ini memiliki tendensi untuk mudah dipahami, tentu karena pembawaan lebih santai daripada bahasa verbal formal. Disampaikan juga bahwa keduanya mempunyai sikap terbuka dalam berinteraksi dengan peserta tour. Dengan adanya sifat keterbukaan tersebut, tentunya dapat memberikan pengalaman kepuasan peserta tour terhadap informasi yang didapatkan.

Di tahapan ini pula dapat memberikan kemudahan *tour leader* sebagai komunikator dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi selama kegiatan tour berlangsung.. Dalam proses penyelesaian masalah, komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi yang bersifat empatik. Komunikasi yang bersifat empatik ini merupakan jenis komunikasi yang dilakukan oleh komunikator dalam memberikan pemahaman, perhatian, dan sensitivitas perasaan komunikan. Selain itu, dalam konteks komunikasi interpersonal, empati menjadi kunci penting dalam membangun hubungan yang baik dan saling menguntungkan. *Tour leader* juga memberikan kesempatan kepada peserta tour untuk ikut serta dalam menyelesaikan permasalahan. Tentu hal tersebut sebagai bentuk pengertian dan kepedulian *tour leader* dalam memberikan kesempatan peserta tour untuk menyampaikan pendapat atau pemikirannya. Dan tak lupa *tour leader* juga memberikan gagasannya dalam penyelesaian masalah berupa solusi dengan mempertimbangkan segala aspek.

### **Membangun Kepuasan Peserta Tour**

Faktor kepuasan merupakan hal terpenting dalam dunia pelayanan jasa. Biro perjalanan wisata sendiri merupakan bisnis pelayanan jasa yang berfokus pada kategori pariwisata. Dengan adanya kepuasan, tentu dapat memberikan *feedback* positif terhadap perusahaan dan dapat menjadi bagian dari promosi perusahaan. Terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan jasa yang dapat menjadi sebuah penilaian kepuasan terhadap apa yang didapatkan oleh pelanggan. Indikator kepuasan terhadap pelayanan jasa tersebut antara lain *Reability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), dan *Tangible* (berwujud). Pada penelitian ini penilaian kepuasan berdasarkan aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *tour leader* terhadap peserta tour.

1. Indikator *Reability* atau keandalan, pada indikator ini terdapat penilaian kepuasan peserta tour terhadap *tour leader* dalam membangun suasana selama kegiatan tour berlangsung, kemampuan *tour leader* dalam menyampaikan dan berbagi informasi kepada peserta tour.
2. Indikator *Responsiveness* atau daya tanggap, pada indikator ini terdapat penilaian kepuasan peserta tour berupa keterbukaan dalam berkomunikasi, penyampaian informasi yang dibutuhkan, dan tindakan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi saat kegiatan tour berlangsung.
3. Indikator *Assurance* atau jaminan, pada indikator ini terdapat penilaian kepuasan peserta tour berupa jaminan pengalaman baik dan menyenangkan, keramah – tamahan dan kesopanan *tour leader*, keterampilan dalam berkomunikasi dan memberikan rasa aman terhadap peserta tour.
4. Indikator *Empathy* atau empati, pada indikator ini terdapat penilaian kepuasan peserta tour mendapatkan perhatian dan kepedulian dari *tour leader* selama kegiatan tour berlangsung.
5. Indikator *Tangible* atau berwujud, pada indikator ini terdapat penilaian kepuasan peserta tour terhadap identitas diri yang diwujudkan oleh *tour leader* cukup baik dan menarik berupa seragam yang dikenakan dengan dipadukan *ID Card* dan aroma wangi dari *tour leader* yang menjadikan peserta tour merasa nyaman.

## **Penutup**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang peneliti temui terkait Aktivitas Komunikasi Interpersonal *Tour Leader* Scorpion Tour Surabaya disimpulkan berdasarkan tahapan komunikasi interpersonal dan tujuan komunikasi dalam upaya membangun kepuasan peserta tour. Tahapan komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *tour leader* Scorpion Tour Surabaya dimulai pada tahapan kontak, keterlibatan, dan keakraban. Pada tahapan kontak *tour leader* memberikan sambutan atau *greeting* berupa sapaan dan dilanjutkan dengan tindakan menawarkan bantuan. Selanjutnya pada tahapan ini terdapat tujuan komunikasi yang terjadi diantaranya yaitu penggunaan bahasa verbal formal dan informal, standard penampilan *tour leader*, dan sikap positif *tour leader* yang merupakan komponen tujuan identitas atau *identity goals* dalam *communication goals*. Selanjutnya pada tahapan keterlibatan, aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *tour leader* yaitu membangun intensitas komunikasi dengan peserta tour dalam berbagai kesempatan. Pada tahapan ini juga terdapat tujuan komunikasi berupa interaksi aktif *tour leader* dalam membangun suasana yang menyenangkan, serta memberikan perhatian dan kepedulian kepada peserta tour yang

merupakan komponen tujuan relasional atau *relational goals* dalam *communication goals*. Pada tahapan keakraban, aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *tour leader* yaitu penggunaan bahasa informal agar keduanya dapat dengan leluasa mengungkapkan perasaan, emosi, dan terciptanya komunikasi yang bersifat humor serta terjadi peningkatan hubungan *tour leader* dan peserta tour. Kemudian *tour leader* menunjukkan sifat keterbukaan dalam upaya berbagi informasi dan komunikasi yang bersifat empatik serta memberikan solusi dalam menyelesaikan masalah yang terjadi. Tujuan komunikasi tersebut termasuk dalam komponen perhatian instrumental atau *instrumental concern* dalam *communication goals*. Berdasarkan hal tersebut, peserta tour menilai puas terhadap pelayanan jasa yang diberikan oleh *tour leader* Scorpion Tour Surabaya. Penilaian terhadap pelayanan jasa tersebut terdiri dari kepuasan peserta tour terhadap indikator *reability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*.

Secara teoritis, peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya untuk dapat bisa memperdalam dan mempertajam lagi fokus penelitian guna menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi. Dan secara praktis, peneliti menyarankan bagi *tour leader* Scorpion Tour Surabaya untuk bisa tetap konsisten dalam menjaga kualitas pelayanan yang diberikan, terutama dalam membangun interaksi dan hubungan baik dengan peserta tour serta meningkatkan kembali kemampuan komunikasi agar lebih baik dari sebelumnya.

#### **Daftar Pustaka**

- Alvianna, S. (2017). Peran Biro Perjalanan Wisata Sunrise Holiday Tour & Travel Dalam Meningkatkan Minat Wisata Ke Gunung Bromo. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i2.1450>
- Aw, S. (2011). *KOMUNIKASI INTERPERSONAL* (Ed.1). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dilentika, D. N., Sumarah, N., & ... (2023). Pola Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dalam Berinteraksi Dengan Anak Penderita Sindrome Rubella. *Semakom ....* <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/simakom/article/download/1765/841>
- Giastranti, M., Hamim, H., & Pratiwi, N. M. I. (2018). Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan: Studi Korelasional Pada Pt. Ace Hardware Indonesia, Tbk. Di Lenmarc Mall Surabaya. *Representamen*, 3(02), 1–7. <https://doi.org/10.30996/v3i02.1411>
- Insancamila, V. A. R., Rizqi, M., & Norhabiba, F. (2022). AKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL BARISTA DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK DENGAN PELANGGAN ( Studi Pada Coffee Shop Kopi Ortu Sidoarjo ). *Jurnal Untag*. <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/14215>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi* (R. Oktafiani & M. Y. Hamdan (eds.); Ed.9). Jakarta : Salemba Empat.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. ke-40). Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Supangat, A. (2010). *Statistika:dalam kajian deskriptif, inferensi, dan nonparametrik*. Kencana Prenada Media Group.
- Trimaryanto, B. (2016). *Rancang Bangun Aplikasi Pemilihan Paket Wisata Berbasis Web Pada Paramuda Tour & Transport*. 8–34. <https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2041/>
- Yoeti, O. A. (1990). Tours and Travel Marketing. In *PT Perca Jakarta* (Cet. 2). Jakarta : Pradnya Paramita.