

PENGARUH INTERPRETASI PRAMUWISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DALAM MENGIKUTI PAKET *WALKING TOUR* KOTA TUA OLEH DISPAREKRAF JAKARTA

Oleh

Michelle Angelica Tiofanny¹, Imam Ardiansyah²

^{1,2}Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia

Email: ¹s19200025@student.ubm.ac.id, ²iardiansyah@bundamulia.ac.id

Article History:

Received: 12-06-2024

Revised: 24-06-2024

Accepted: 03-07-2024

Keywords:

Interpretasi Pramuwisata,
Kepuasan Wisatawan, Urban
Tourism, Kota Tua Jakarta

Abstract: Kota Tua Jakarta adalah destinasi sejarah yang menarik banyak wisatawan. Pemerintah DKI Jakarta mendukung pariwisata urban dengan mengadakan walking tour agar wisatawan bisa lebih mengenal Kota Tua. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh interpretasi pemandu wisata terhadap kepuasan wisatawan dalam walking tour oleh Disparekraf DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 94 responden yang datanya dikumpulkan melalui Google Form dan dianalisis menggunakan SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda dan hasil Uji T menunjukkan bahwa dimensi Enjoyable dan Organized berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan, sedangkan dimensi Relevant dan Thematic tidak berpengaruh secara parsial. Secara simultan, interpretasi pemandu wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan kontribusi sebesar 74,2%, sedangkan 25,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Oleh karena itu, interpretasi pemandu wisata harus ditingkatkan lagi dalam cara penyampaian informasi terkait objek wisata Kota Tua Jakarta dan menggunakan cara yang lebih menyenangkan lagi bagi wisatawan

PENDAHULUAN

Jakarta, sebagai ibu kota Indonesia dan pusat pemerintahan, dikenal sebagai kota metropolitan dengan gedung-gedung tinggi dan aktivitas yang padat. Menurut Disparekraf DKI Jakarta (Dahuri, 2022), kota ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata perkotaan atau *urban tourism*. *Urban tourism*, menurut (UNWTO, 2023), adalah aktivitas wisata yang berlokasi di perkotaan dengan menawarkan pengalaman budaya, arsitektur, sosial, dan alam. Untuk mendukung ini, Pemerintah DKI Jakarta telah merilis Keputusan Gubernur Nomor 588 Tahun 2022 yang mengatur penyelenggaraan *urban tourism*. Kategori *urban tourism* di Jakarta meliputi wisata sejarah, budaya, belanja, rekreasi, kuliner, MICE, olahraga, religi, ziarah, dan alam. Andhika Permata, Kepala Disparekraf DKI Jakarta (Folmer, 2022), menyatakan bahwa destinasi wisata di Jakarta menawarkan pengalaman yang luas dan heterogen. Salah satu program untuk mendukung *urban tourism*

adalah walking tour di area Kota Tua, yang kaya akan nilai sejarah. Kota Tua, yang dulu dikenal sebagai Oud Batavia, telah ditetapkan sebagai situs warisan dan cagar budaya sejak 1972. Tempat ini menarik banyak wisatawan dengan bangunan-bangunan bersejarahnya seperti Museum Wayang dan Museum Fatahillah. *Walking tour* yang diselenggarakan sejak Maret 2023 oleh Disparekraf DKI Jakarta bertujuan untuk memberikan pengalaman mendalam kepada wisatawan dengan mengunjungi berbagai situs sejarah di Kota Tua. Program ini telah menarik banyak peserta, baik domestik maupun mancanegara. Menurut (Kameyama, 2019), berjalan kaki adalah cara populer untuk wisata yang memungkinkan wisatawan melihat destinasi dengan lebih dekat dan produktif. Dalam kegiatan ini, pramuwisata atau tour guide memainkan peran penting dengan menyediakan informasi dan edukasi yang mendalam kepada wisatawan. (Koeswiryono, 2020) menekankan bahwa pramuwisata adalah pekerjaan profesional yang membutuhkan keahlian interpersonal dan pengetahuan luas tentang pariwisata. Interpretasi yang diberikan oleh pramuwisata, baik personal maupun non-personal, bertujuan untuk menyampaikan makna dan hubungan dari objek yang dikunjungi secara *enjoyable, relevant, organized, dan thematic* (Ham, 1993). Namun, Unit Pengelola Kawasan Kota Tua belum memiliki sistem evaluasi formal untuk walking tour. Umpan balik dari wisatawan umumnya diberikan secara verbal atau melalui media sosial. Oleh karena itu, penulis bermaksud mengevaluasi tingkat kepuasan wisatawan dalam mengikuti walking tour di Kota Tua seiring dengan berkembangnya *urban tourism* di Jakarta.

LANDASAN TEORI

Pariwisata

Pariwisata, berasal dari bahasa Sansekerta "pari" (banyak/berkeliling) dan "wisata" (bepergian), adalah aktivitas kompleks yang melibatkan berbagai aspek seperti ekonomi, ekologi, politik, dan sosial budaya (Suwena & Widyatmaja, 2017). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 menyatakan bahwa pariwisata bersifat multidimensi dan multidisiplin, mencakup interaksi antara wisatawan, masyarakat lokal, pemerintah daerah, dan pengusaha. (Riani, 2021) menambahkan bahwa pariwisata adalah fenomena modern yang dipicu oleh kebutuhan kesehatan, apresiasi terhadap keindahan alam, dan interaksi sosial. (Annisa & Alvianna, 2017) menyebut pariwisata sebagai kegiatan rekreasi di luar domisili, sementara (Eddyono, 2021) menegaskan pariwisata melibatkan perjalanan jauh dari rumah untuk rekreasi dan relaksasi, menggunakan layanan komersial yang tersedia.

Pariwisata Perkotaan (*Urban tourism*)

Urban tourism, menurut (Luru, 2018), adalah kegiatan pariwisata di kota yang berfungsi sebagai pusat pemerintahan, perdagangan, dan jasa. (UNWTO, 2023) mendefinisikan *urban tourism* sebagai pariwisata di ruang perkotaan dengan menawarkan pengalaman budaya, arsitektur, dan sosial untuk rekreasi dan bisnis. (Saputri et al., 2023) menyatakan bahwa *urban tourism* mendukung pengembangan ekonomi perkotaan dengan transportasi dan layanan yang mudah diakses, dan (Kurniansah & Hali, 2018) menambahkan bahwa *urban tourism* mencakup daya tarik seperti aktivitas ekonomi, museum, taman kota, mal, kafe, dan restoran.

Ciri-ciri *urban tourism* meliputi:

1. Ibukota negara atau kota sebagai pusat budaya

2. Pusat kota metropolitan dengan sejarah panjang
3. Bagian tertua dari kota
4. Area tepi laut dengan fasilitas perkotaan
5. Kota industrial
6. Pusat hiburan dan taman bermain keluarga
7. Pusat pelayanan wisatawan

Urban tourism menarik banyak wisatawan karena populasi, aksesibilitas, dan infrastruktur yang memadai, menawarkan kepuasan melalui branding yang khas seperti bangunan tua, jalan bersejarah, dan citra unik (Luru, 2018). *Urban tourism* terus berkembang sebagai daya tarik utama bagi wisatawan domestik dan internasional, memanfaatkan fasilitas kota yang maju dan mudah diakses.

Pramuwisata

Pramuwisata adalah profesi yang membutuhkan keahlian interpersonal tinggi dan wawasan luas tentang pariwisata (Koeswiryono, 2020). Pramuwisata bertugas memandu wisatawan saat mengunjungi objek wisata, memberikan pelayanan, dan membantu jika ada masalah. Menurut (Sampelan, 2015) pramuwisata memimpin kelompok wisatawan dalam durasi singkat atau panjang. (Nuriata, 2015) menyatakan pramuwisata berperan sebagai mediator, menyalurkan kebutuhan wisatawan, dan menjembatani kepentingan pemerintah, masyarakat, lembaga non-pemerintah, serta fasilitas pendukung seperti hotel dan transportasi. (Rusmiati et al., 2022) menambahkan bahwa pramuwisata adalah garda terdepan dalam memajukan pariwisata, memberikan informasi tentang objek wisata, mendidik wisatawan untuk mengikuti etika yang berlaku, dan menjaga nama baik lokasi yang dikunjungi.

Interpretasi

Interpretasi dalam pariwisata adalah upaya pengelola untuk mendidik wisatawan secara halus dan mengkomunikasikan pentingnya suatu tempat sehingga wisatawan dapat lebih menikmati, memahami, dan mengembangkan sikap positif terhadap konservasi (Rachmawati et al., 2022; Eddyono, 2023). Interpretasi mencakup penjelasan tentang flora, fauna, proses geologis, dan kondisi objek wisata yang dikunjungi (Apriska et al., 2022) dan (Kemenparekraf, 2020) menambahkan bahwa interpretasi melibatkan pembayangan dan pemetaan perjalanan pengunjung dari pintu masuk hingga keluar destinasi. (Nugroho, 2019) menjelaskan bahwa interpretasi melibatkan pengunjung, objek interpretasi, dan media interpretasi, dengan fokus utama pada pengunjung dan objek interpretasi.

Jenis Interpretasi:

1. Interpretasi Personal
Disampaikan oleh petugas atau pemandu interpretasi melalui program interpretasi yang sering kali melibatkan media tambahan seperti gambar, alat peraga, dan kostum untuk memberikan pengalaman optimal kepada wisatawan.
2. Interpretasi Non-personal
Disampaikan melalui media yang dapat digunakan secara mandiri oleh pengunjung, seperti papan interpretasi, tur audio, publikasi, dan video. Media ini dilengkapi dengan sistem perambuan visual yang terdiri dari tanda, peta, tanda panah, sistem kode warna, piktogram, dan huruf.

Dimensi Interpretasi

Menurut (Ham, 1993), (Sagala, 2021), dan (Tsaniah et al., 2022) terdapat empat dimensi interpretasi yang harus dipahami oleh pramuwisata:

1. *Enjoyable*

Wisatawan harus menikmati interpretasi, merasa senang, nyaman, dan tidak bosan.

2. *Relevant*

Informasi harus relevan dengan kehidupan sehari-hari pengunjung dan menarik perhatian mereka, sering kali dengan interaksi berdasarkan kepercayaan lokal dan kesempatan untuk eksplorasi.

3. *Organized*

Informasi harus disampaikan dengan cara yang sederhana dan mudah dipahami. Rangkaian tur harus terencana dengan baik sehingga mudah diikuti oleh wisatawan.

4. *Thematic*

Interpretasi harus memiliki tema yang jelas untuk membantu wisatawan menyusun fakta dan detail dalam pikiran mereka.

Pengertian Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan adalah evaluasi pasca konsumsi terhadap produk atau jasa wisata. Menurut (Sugiarto et al., 2023), wisatawan mengevaluasi produk atau jasa setelah digunakan, di mana kepuasan mendorong pembelian ulang dan ketidakpuasan menimbulkan kekecewaan. (Arfah et al., 2023) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan setelah menikmati produk atau jasa, yang berpotensi membuat wisatawan menjadi pelanggan tetap. (Apriliyanti et al., 2020) menambahkan bahwa kinerja produk wisata yang melampaui harapan wisatawan menghasilkan penilaian positif, sedangkan kinerja yang tidak sesuai menghasilkan penilaian negatif. (Ardiansyah, 2018) menyimpulkan bahwa kepuasan wisatawan adalah perbandingan antara persepsi atau ekspektasi dengan pengalaman yang dirasakan. (Adinegara, 2021) menyatakan bahwa kepuasan wisatawan adalah proses kompleks yang berpusat pada *service encounter*, dengan wisatawan sebagai fokus utama.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian metode kuantitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer (kuisisioner) dan data sekunder (studi kepustakaan dan observasi). Populasi pada penelitian ini yaitu para wisatawan yang telah mengikuti *walking tour* yang diselenggarakan oleh Kota Tua. Sampel yang diambil dengan rumus *Slovin* menghasilkan jumlah sampel sebanyak 94 responden. Variabel X dalam penelitian ini adalah interpretasi pramuwisata dan variabel Y yang merupakan kepuasan wisatawan. Kuisisioner pada penelitian ini menggunakan pendekatan skala likert. Untuk analisis data penelitian ini menggunakan tabulasi data dengan menggunakan Microsoft Excel 2019 dan bantuan perhitungan menggunakan software SPSS 22. Kemudian melakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Teknis analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknis analisis regresi linier berganda. Dengan menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolienaritas, kemudian teknis analisis regresi berganda, Pengujian Hipotesis, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.419	1.173		2.913	.005
	ENJOYABLE	.642	.120	.564	5.346	.000
	RELEVANT	.057	.111	.039	.514	.609
	ORGANIZED	.263	.106	.239	2.493	.000
	THEMATIC	.160	.188	.085	.848	.399

a. Dependent Variable: KEPUASAN WISATAWAN

Pada hasil output koefisien regresi, persamaan regresi yang dihasilkan adalah: $Y = 3,419 + 0,642X_1 + 0,057X_2 + 0,263X_3 + 0,160X_4$. Nilai konstanta (a) sebesar 3,419 dan koefisien regresi untuk *enjoyable* (X_1) sebesar 0,642, *relevant* (X_2) sebesar 0,057, *organized* (X_3) sebesar 0,263, dan *thematic* (X_4) sebesar 0,160. Nilai konstanta 3,419 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen bernilai 0, variabel dependen (kepuasan wisatawan) akan bernilai 3,419. Koefisien regresi positif untuk X_1 (0,642) berarti setiap peningkatan 1% pada *enjoyable* akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,642 (64,2%). Koefisien regresi untuk X_2 (0,057) menunjukkan setiap peningkatan 1% pada *relevant* akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,057 (5,7%). Koefisien regresi untuk X_3 (0,263) menunjukkan setiap peningkatan 1% pada *organized* akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,263 (26,3%). Koefisien regresi untuk X_4 (0,160) menunjukkan setiap peningkatan 1% pada *thematic* akan meningkatkan kepuasan wisatawan sebesar 0,160 (16%).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.419	1.173		2.913	.005
	ENJOYABLE	.642	.120	.564	5.346	.000
	RELEVANT	.057	.111	.039	.514	.609
	ORGANIZED	.263	.106	.239	2.493	.000
	THEMATIC	.160	.188	.085	.848	.399

a. Dependent Variable: KEPUASAN WISATAWAN

Berdasarkan teori (Ghozali, 2018) hipotesis diterima jika nilai $\text{sig} < 0,05$ dan $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$. Dari Uji T (Parsial) diperoleh hasil sebagai berikut: Untuk variabel *enjoyable*, T_{hitung} sebesar 5,346 lebih besar dari T_{tabel} 1,990 dan $\text{sig} < 0,05$, menunjukkan bahwa *enjoyable* memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan (H_1^1 diterima, H_0^1 ditolak).

Untuk variabel *relevant*, T_{hitung} sebesar 0,514 lebih kecil dari T_{tabel} 1,990 dan $\text{sig} > 0,05$, menunjukkan bahwa *relevant* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan (H_0^2 diterima, H_1^2 ditolak). Untuk variabel *organized*, T_{hitung} sebesar 2,493 lebih besar dari T_{tabel} 1,990 dan $\text{sig} < 0,05$, menunjukkan bahwa *organized* memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan (H_1^3 diterima, H_0^3 ditolak). Untuk variabel *thematic*, T_{hitung} sebesar 0,848 lebih kecil dari T_{tabel} 1,990 dan $\text{sig} > 0,05$, menunjukkan bahwa *thematic* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan (H_0^4 diterima, H_1^4 ditolak).

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	310.340	4	77.585	67.887	.000 ^b
	Residual	101.713	89	1.143		
	Total	412.053	93			

a. Dependent Variable: KEPUASAN WISATAWAN

b. Predictors: (Constant), THEMATIC, RELEVANT, ORGANIZED, ENJOYABLE

Berdasarkan hasil pengujian F, diketahui F_{hitung} sebesar 67,887 dimana lebih besar dari F tabel yakni 2,47. Dan memiliki nilai signifikansi 0,000 yang $< 0,05$. Maka variabel Interpretasi Pramuwisata (X) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Kepuasan Wisatawan (Y) dan model penelitian layak untuk digunakan. Dan $H1^5$ diterima dan $H0^5$ ditolak. Hasil pengujian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Tsaniah et al., 2022) yang menyatakan bahwa interpretasi personal berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.868 ^a	.753	.742	1.069

a. Predictors: (Constant), THEMATIC, RELEVANT, ORGANIZED, ENJOYABLE

Dari hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,168 yang berarti variabel Interpretasi Pramuwisata (X) memberikan pengaruh sebesar 74,2% terhadap Kepuasan Wisatawan (Y). Sedangkan 25,8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti citra destinasi, identitas budaya, nilai yang dirasakan seperti yang disimpulkan oleh (Shi et al., 2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh interpretasi pramuwisata terhadap kepuasan wisatawan dalam mengikuti paket walking tour Kota Tua oleh Disparekraf DKI Jakarta, disimpulkan bahwa *enjoyable*, *organized*, *relevant*, dan *thematic* memiliki pengaruh yang bervariasi. *Enjoyable*, yang mencakup cara pengenalan objek wisata dan kemampuan pramuwisata membuat wisatawan menikmati tour, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai T_{hitung} 5,346 lebih besar dari T_{tabel} 1,990 dan nilai sig 0,000. *Relevant*, yang mencakup relevansi informasi yang diberikan, tidak berpengaruh signifikan dengan T_{hitung} 0,514 lebih kecil dari T_{tabel} 1,990 dan nilai sig 0,609. *Organized*, mencakup rangkaian dan suasana tour, berpengaruh signifikan dengan T_{hitung} 2,493 lebih besar dari T_{tabel} 1,990 dan nilai sig 0,000. *Thematic*, yang mencakup tema informasi yang dijelaskan, tidak berpengaruh signifikan dengan T_{hitung} 0,848 lebih kecil dari T_{tabel} 1,990 dan nilai sig 0,399. Uji F menunjukkan bahwa variabel interpretasi pramuwisata secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Pengujian koefisien determinasi menunjukkan hasil *Adjusted R Square* 0,742, yang mengindikasikan bahwa interpretasi pramuwisata mempengaruhi kepuasan wisatawan sebesar 74,2%, sementara 25,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adinegara, G. N. J. (2021). *Anteseden Dan Konsekuensi Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Bali*. Deepublish.
- [2] Annisa, R., & 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>
- [3] Apriliyanti, E., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia, S. (2020). Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- [4] Apriska, N. K. S., Raka Dalem, A. A. G., & Suartini, N. M. (2022). Interpretasi Ekowisata Oleh Pramuwisata (Pemandu Wisata) Pada Daya Tarik Wisata Kupu-Kupu Di Bali. *Simbiosis*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.24843/jsimbiosis.2022.v10.i01.p01>
- [5] Ardiansyah, I. (2018). Pengaruh Kualitas Website Traveloka Terhadap Kepuasan Pengguna. *National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*.
- [6] Arfah, Y., Nursaimatussaddiya, & Ananda, S. (2023). *Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Minat Berkunjung Sebagai Variabel Intervening*. 2(1), 41–51.
- [7] Dahuri, D. (2022, December 24). Enjoy Creative Jakarta Hidupkan Wisata Urban di Ibukota. *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/megapolitan/546777/enjoy-creative-jakarta-hidupkan-wisata-urban-di-ibukota>
- [8] Eddyono, F. (2021). Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Issue March). <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=OTQhEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA37&dq=digitalisasi+surat+menyurat&ots=6aq1OMfLU&sig=rbbfjbnBzHIpbY9vn1s-IdKqvsI>.
- [9] Folmer. (2022, September 28). Jakarta Gencar Promosikan Urban Tourism. *Beritajakarta*. <https://m.beritajakarta.id/read/109481/rayakan-hari-pariwisata-internasional-pemprov-dki-gelar-walking-tour-di-jakarta-pusat>
- [10] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- [11] Ham, S. H. (1993). Environmental interpretation. A practical guide for people with big ideas and small budgets. In *Environment International* (Vol. 19, Issue 6). [https://doi.org/10.1016/0160-4120\(93\)90348-l](https://doi.org/10.1016/0160-4120(93)90348-l)
- [12] Kameyama, S. (2019). Walking Tourism. In *Unwto*. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420520>
- [13] Kemenparekraf. (2020). *Pedoman Interpretasi Daya Tarik Wisata*.
- [14] Koeswiryono, D. P. (2020). *Teknik Memandu Wisata*.
- [15] Kurniansah, R., & Hali, M. S. (2018). KAJIAN POTENSI PARIWISATA PERKOTAAN (URBAN TOURISM) SEBAGAI DAYA TARIK WISATAKOTA MATARAM PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT Oleh. *Media Bina Ilmiah*, 13.
- [16] Luru, M. N. (2018). Identifikasi Pengembangan Produk Pariwisata Perkotaan (Studi Kasus Kota Labuan Bajo). *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 23(2).

-
- [17] Nugroho, P. A. (2019). *Interpretasi Wisata Alam: Perencanaan Interpretasi Wisata Alam Terpandu Dan Mandiri*. Deepublish.
 - [18] Nuriata. (2015). *Teknik pemanduan-interpretasi dan pengaturan perjalanan wisata*. Alfabeta.
 - [19] Riani, N. K. (2021). Pariwisata Adalah Pisau Bermata 2. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5), 1469–1474.
 - [20] Rusmiati, D., Malihah, E., & Andari, R. (2022). *Peran Pemandu Wisata Dalam Pariwisata Pendidikan*. 3, 4765–4774.
 - [21] Sagala, A. S. M. (2021). Teknik Interpretasi Pemandu Disabilitas Netra pada Tour Map My Day. *Journal of Event, Travel and Tour Management*, 1(1), 34–39. <https://doi.org/10.34013/jett.v1i1.545>
 - [22] Sampelan, S. N. (2015). PRAMUWISATA DI KOTA MANADO. *Jurnal Holistik*, 15, 1–18.
 - [23] Saputri, arnis dewi, Shafana, nasywa anggita zahranda, Valentino, Y., Irsyad, muhammad abyan al, & Dwipayana, dimas pramodya. (2023). Sistem Urban Tourism Kota Madiun. *Proceeding of Conference on Law and Social Studies*. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/COLaS>
 - [24] Shi, L., Ma, J. Y., & Ann, C. O. (2023). Exploring the Effect of Tour Guide Cultural Interpretation on Tourists' Loyalty in the Context of the Southern Journey by Emperor Qianlong. *Sustainability (Switzerland)*, 15(15). <https://doi.org/10.3390/su151511585>
 - [25] Sugiarto, E., Makiya, K. R., Prasetyo, H., Priyanto, S. E., Deskarina, R., Rohman, N., & Nugroho, D. Y. (2023). *Perilaku Wisatawan*. Mata Kata Inspirasi.
 - [26] Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar. *Pustaka Larasan*, 252.
 - [27] Tsaniah, I., Suryadana, M. L., & Leo, S. (2022). Pengaruh Interpretasi Personal dan Interpretasi Non-Personal Terhadap Kepuasan Pengunjung di Museum Pendidikan Nasional. *Tourism Scientific Journal*, 7(2), 270–282. <https://doi.org/10.32659/tsj.v7i2.187>
 - [28] UNWTO. (2023). *Urban Tourism*. <https://www.unwto.org/urban-tourism>