

**KOMUNIKASI PERSUASIF *TOUR LEADER* PADA
LAYANAN WISATA DI CV WISATARI TOUR & TRAVEL**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Aulia Syanindhita Tristiyanti

21.96.2544

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**KOMUNIKASI PERSUASIF *TOUR LEADER* PADA
LAYANAN WISATA DI CV WISATARI TOUR & TRAVEL**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Aulia Syanindhita Tristiyanti

21.96.2544

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1 – ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

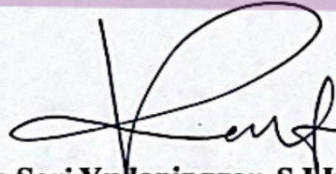
**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**Komunikasi Persuasif Tour Leader pada Layanan Wisata di CV Wisatari
Tour & Travel**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Aulia Syanindhita Tristiyanti
21.96.22544

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 7 Agustus 2025

Dosen Pembimbing,



Kartika Sari Yudaninggar, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302444

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Komunikasi Persuasif *Tour leader* pada Layanan Wisata di CV Wisatari Tour & Travel

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Aulia Syanindhita Tristiyanti
21.96.2544

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada tanggal 22 Agustus 2025

Nama Penguji

Devi Wening Astari, M.I.Kom

NIK. 190302655

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A

NIK. 190302476

Kartika Sari Yudaningsgar, S.IKom., M.A

NIK. 190302444

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(22 Agustus 2025)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D.

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 22 Agustus 2025

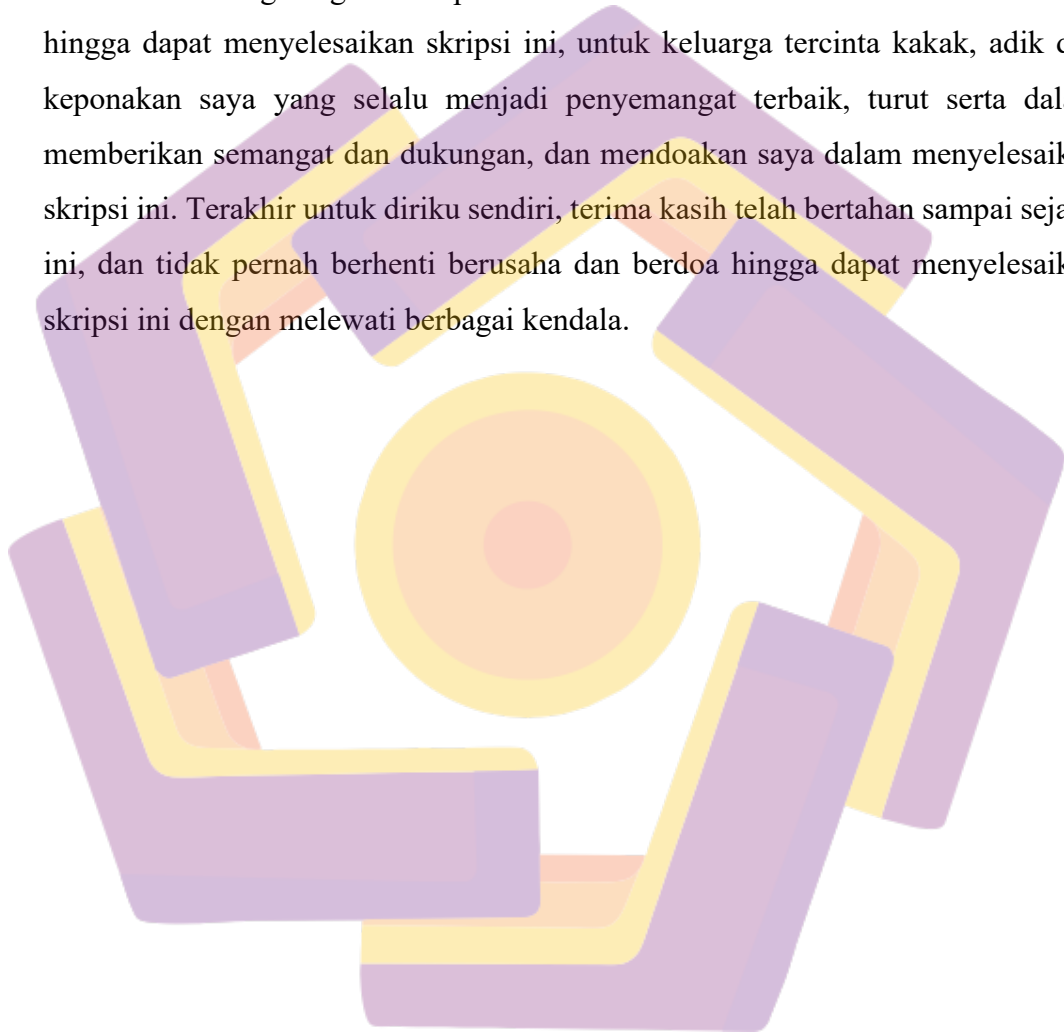


Aulia Syanindhita Tristiyanti

21.96.2544

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya untuk mereka yang telah menjadi bagian perjalananku, terutama kepada orang tua saya tercinta yaitu Bapak Saryanto, Dwiwati dan Aryo yang telah membesarkan, merawat, membimbing dan selalu mendukung dengan tulus penuh keikhlasan serta senantiasa mendoakan saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini, untuk keluarga tercinta kakak, adik dan keponakan saya yang selalu menjadi penyemangat terbaik, turut serta dalam memberikan semangat dan dukungan, dan mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terakhir untuk diriku sendiri, terima kasih telah bertahan sampai sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan melewati berbagai kendala.



KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Rivga Agusta, S.I.P., M.A. selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta
4. Ibu Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk senantiasa membimbing dan mengarahkan dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan.
5. CV Wisatari Tour & Travel yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta data yang diperlukan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
6. Kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya serta mendidik penulis selama masa kuliah
7. Kepada Sri Lestari, Tasya, Dinny, Kyla, Marsono, Yuni dan Erna selaku informan dalam melancarkan penelitian ini.

8. Kepada warga kelas Ilmu Komunikasi 1-9 yang saya kenal terutama 21IK05 terima kasih atas kenangan kebersamaan, dukungan, semangatnya serta perjuangan bersama dalam melewati masa perkuliahan ini.
9. Kepada Hanafi, teman Istimewa yang saat ini menemaniku dan mendukungku dalam hal apapun dengan tutur kata dan perlakuan yang baik.
10. Untuk semua yang andil dalam skripsiku, Wuni, Desya, Assa, Sabrina, Fiona, Whidad, Dewi, Jihan, Ranny, Gin dan Nala terimakasih sudah membantu dan menyemangatiku dimasa-masa overthinking dengan skripsiku.
11. Untuk Ical karena sudah baik, mendukungku dalam hal apapun dengan tutur kata dan perlakuan yang sangat baik, serta menjadi human diaryku selama kurang lebih 3 tahun terakhir
12. Untuk teman onlineku Sona, Ben dan Yoga terimakasih telah mendengarkan segala keluh kesah dan selalu menyemangati dititik terendahku serta membantuku bangkit menjadi Aulia yang sekarang.
13. Terimakasih untuk semua teman-teman yang datang kesidang serta hadiah yang kalian berikan kepadaku, its means a lot to me.
14. Kepada anak-anak paylatter, cakrawala, dan adik kelas multimedia dll terima kasih telah menjadi teman terbaik untuk saya dan beberapa di masa perkuiahan, terima kasih untuk setiap cerita, tawa dan sedihnya di tengah tugas kuliah yang menumpuk.
15. Kepada Bintang, terimakasih sudah menemaniku dan selalu membantuku dalam hal apapun semasa kuliah.
16. Seluruh keluarga tercinta kakak, adik dan ponakan : Mas Yuda, Mbak Bila, Raihan, Hanif, Bulek Cici, dan Bulek Mus serta om Maono yang telah mendukung, menyemangati dan mendoakan dari awal kuliah hingga saya bisa menyelesaikan skripsi saat ini.

17. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Saryanto dan Ibu Dwiwati yang telah merawat dan membesarkan saya hingga saat ini. Terima kasih selalu mendoakan yang terbaik dan memberi dukungan selama ini.
18. Terimakasih kepada Aryo Setiawan yang sangat berperan penting yaitu dengan selalu mendukung dan membantu dalam hal apapun selama masa perkuliahan ini.
19. Terakhir, teruntuk diri saya sendiri Aulia Syanindhita Tristiyanti terimakasih sudah mampu bertahan sejauh ini, dan kuat melewati berbagai lika-liku masa perkuliahan ini. Saya bangga kepada diri sendiri, mari kita wujudkan *wishlist* di masa depan dan menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ini.

Yogyakarta, 22 Agustus 2025



Aulia Syanindhita T

DAFTAR ISI

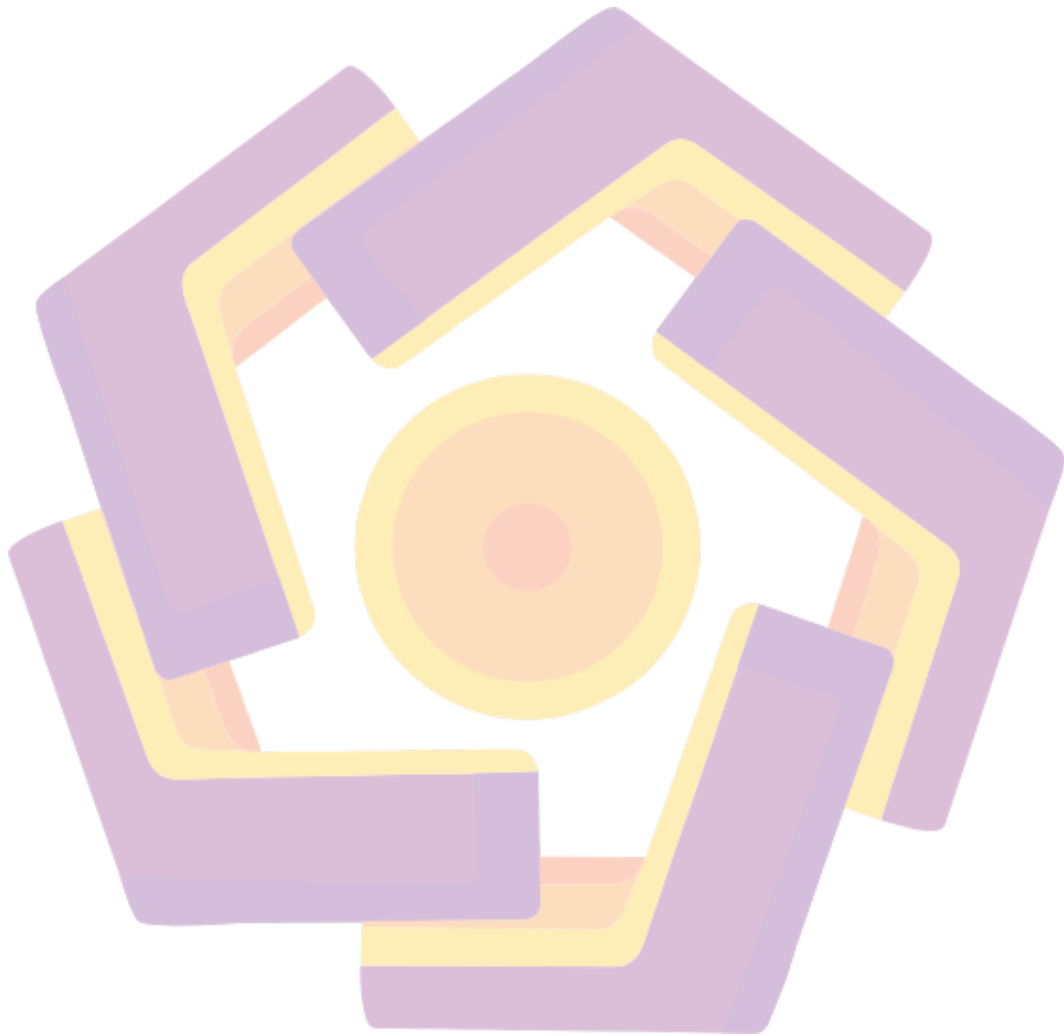
HALAMAN JUDUL	0
LEMBER PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
a. Manfaat Praktis.....	5
b. Manfaat Akademik.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	7
2.1.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Komunikasi Persuasif.....	13

2.2.1.1	Indikator Komunikasi Persuasif	16
2.3	Kerangka Konsep	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		21
3.1	Paradigma Penelitian	21
3.2	Pendekatan Penelitian	22
3.3	Metode Penelitian.....	23
3.4	Subjek dan Objek Penelitian.....	23
3.4.1	Subjek Penelitian	23
3.4.2	Objek Penelitian	25
3.5	Sumber Data.....	25
3.5.1	Data Primer.....	25
3.5.2	Data Sekunder	26
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6.1	Observasi.....	27
3.6.2	Wawancara.....	27
3.7	Teknik Analisis Data	27
3.8	Teknik Keabsahan Penelitian.....	29
BAB IV		33
4.1.	Deskripsi Objek.....	33
4.2	Profil Informan	37
4.3	Temuan Penelitian.....	40
4.3.1	Peran <i>Tour leader</i> Wisatari Tour & Travel Memiliki Kredibilitas dalam Memuaskan Pelanggan	41
4.3.2	Identifikasi <i>Tour leader</i> Sebagai Komunikasi Persuasif Dalam Pelayanan Wisata.....	

4.3.3	Kesamaan <i>Tour leader</i> Dengan Peserta Dalam Membangun.....	51
4.4	Pembahasan.....	58
4.4.1	Kredibilitas <i>Tour leader</i> dengan Membangun Kepercayaan Pelanggan 60	
4.4.2	Identifikasi <i>Tour leader</i> dengan Memperkaya Pengalaman Wisata .	62
4.4.3	Kesamaan (<i>Chemistry</i>) <i>Tour leader</i> dengan Menciptakan Keakraban dan Kekompakan Grup	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA		68

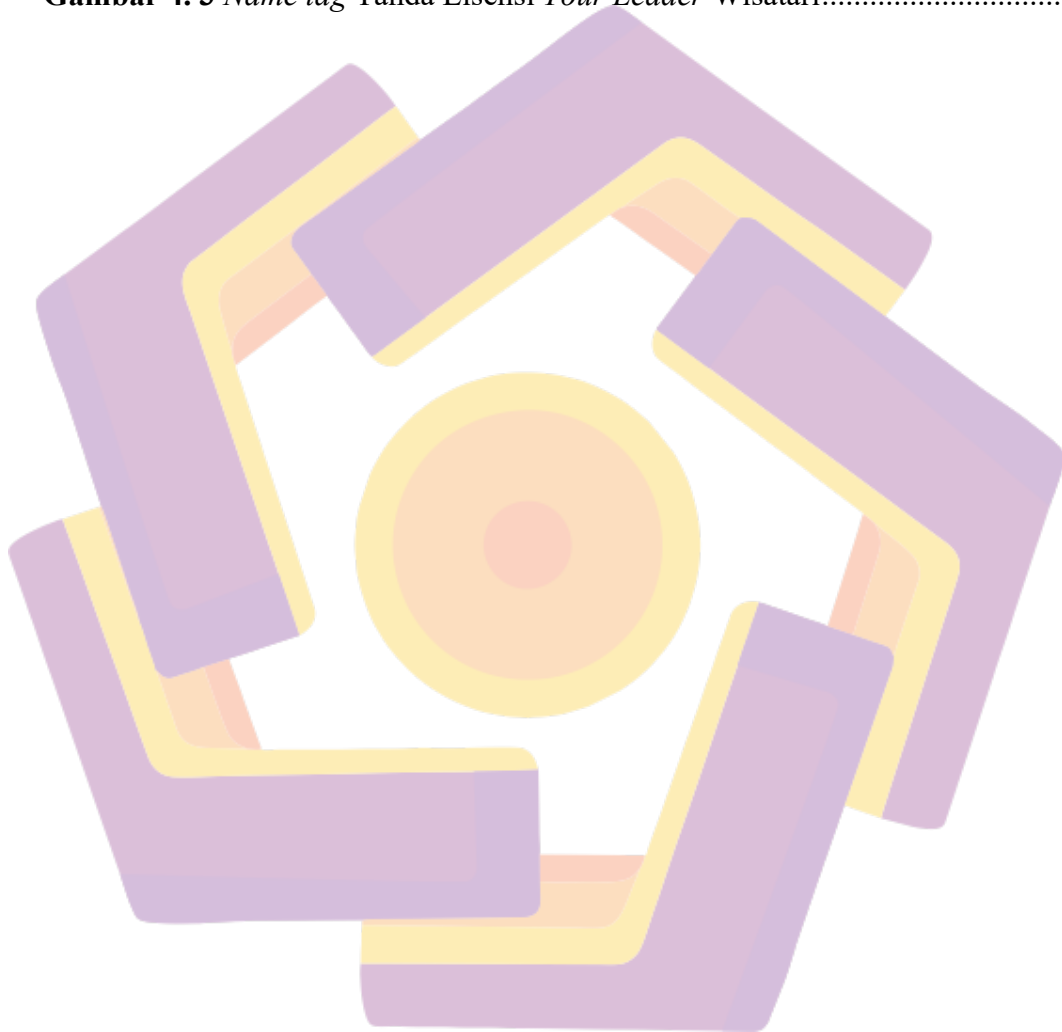
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Relevan	7
--	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema <i>Ellaboration Likelihood Model</i> menurut John et al. (2017)	18
Gambar 2. 2 Skema <i>Ellaboration Likelihood Model</i> menurut Griffin et al. (2019)	19
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir	20
Gambar 4. 1 Logo CV Wisatari <i>Tour & Travel</i>	33
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi CV Wisatari <i>Tour & Travel</i>	34
Gambar 4. 3 <i>Name tag</i> Tanda Lisensi <i>Tour Leader</i> Wisatari	35



DAFTAR LAMPIRAN

Informan 1 : Sri Lestari sebagai Owner di CV Wisatari Tour & Travel.....	74
Informan 2: Dinny Mery Hartanti sebagai Karyawan di CV Wisatari Tour & Travel.....	77
Informan 3: Kyla Nur Insani sebagai Karyawan di CV Wisatari Tour & Travel.....	79
Informan 4: Tasya Nabila Nur Islami sebagai Karyawan di CV Wisatari Tour & Travel.....	81
Informan 5: Sri Yuniarti sebagai di Pelanggan CV Wisatari Tour & Travel.....	84
Informan 6 : Sri Ernawati sebagai Pelanggan di CV Wisatari Tour & Travel.....	85
Informan 7 : Marsono sebagai Pelanggan di CV Wisatari Tour & Travel.....	88

ABSTRAK

Industri pariwisata merupakan sektor vital yang sangat terdampak oleh pandemi COVID-19, menuntut para pelaku usaha seperti CV Wisatari Tour & Travel untuk meningkatkan kualitas layanan demi mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam peran dan strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh *Tour leader* di CV Wisatari Tour & Travel dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan yang terdiri dari *Tour leader*, tiga orang karyawan, dan tiga orang konsumen, serta didukung oleh observasi dan dokumentasi. Teori Komunikasi Persuasif digunakan sebagai kerangka utama untuk menganalisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran *Tour leader* di CV Wisatari Tour & Travel sangat strategis, tidak hanya mengurus logistik, tetapi juga menjadi komunikator persuasif yang membentuk pengalaman wisatawan. Melalui sikap profesional, empati, dan gaya komunikasi yang sesuai, *Tour leader* mampu menciptakan suasana perjalanan yang nyaman dan berkesan. Kepuasan wisatawan tercermin dari respon positif, *repeat order*, permintaan khusus untuk *Tour leader* tertentu, hingga loyalitas pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa keberhasilan layanan wisata sangat dipengaruhi oleh kualitas peran *Tour leader* dalam aspek teknis maupun komunikasi persuasif.

Kata Kunci: Peran *Tour leader*, Komunikasi Persuasif, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The tourism industry is a vital sector that has been heavily affected by the COVID-19 pandemic, requiring businesses such as CV Wisatari Tour & Travel to improve service quality in order to maintain customer loyalty. This study aims to analyze in depth the role and persuasive communication strategies used by Tour leaders at CV Wisatari Tour & Travel in enhancing customer satisfaction. The research applies a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews with informants consisting of Tour leaders, three employees, and three customers, supported by observation and documentation. Persuasive Communication Theory was used as the main framework for data analysis. The findings reveal that the role of Tour leaders at CV Wisatari Tour & Travel is highly strategic, not only in managing logistics but also in acting as persuasive communicators who shape the overall tourist experience. Through professionalism, empathy, and an appropriate communication style, Tour leaders create a comfortable and memorable travel atmosphere. Tourist satisfaction is reflected in positive responses, repeat orders, special requests for certain tour leaders, and customer loyalty. These results emphasize that the success of tourism services is greatly influenced by the quality of the Tour leader's role, both in technical aspects and persuasive communication.

Keywords: Tour leader Role, Persuasive Communication, Customer Satisfaction.