

PERAN AUTENTISITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE ANJUNGAN JAWA TENGAH TMII

(THE ROLE OF AUTHENTICITY IN INTEREST IN REVISITING THE TMII CENTRAL JAVA POINT)

Hothizatus Saniah¹, Irena Novarlia², Oman Sukirman³

Program studi industri Pariwisata- Universitas Pendidikan Indonesia Kampus daerah Sumedang

hzsaniah@upi.edu¹ irenanovarlia@upi.edu², oman@upi.edu³

ABSTRACT

Authenticity is an important role that is able to attract visitors who are looking for an authentic experience. Authenticity will not only attract more visitors but also encourage them to return. The TMII Central Java Pavilion is one of the Regional Pavilions in Taman Mini Indonesia Indah (TMII). The purpose of this study is to find out how the Central Java TMII Pavilion is described and how the role of Authenticity in the interest of visiting the TMII Central Java Pavilion is revisited. In this study, the author uses a quantitative research method with a survey technique design through a questionnaire. Data collection in this study uses observation techniques, interviews, literature studies and documentation. From the results of the research, it was obtained that Authenticity has a very significant role in revisiting.

Keywords: *Authenticity, Revisit Intention.*

ABSTRAK

Autentisitas menjadi peran penting yang mampu menarik pengunjung yang mencari pengalaman yang otentik. Autentisitas tidak hanya akan menarik lebih banyak pengunjung tetapi juga mendorong mereka berkunjung kembali. Anjungan Jawa Tengah TMII merupakan salah satu Anjungan Daerah yang ada di Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana gambaran Anjungan Jawa Tengah TMII dan bagaimana peran Autentisitas terhadap minat berkunjung kembali ke Anjungan Jawa Tengah TMII. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain teknik survei melalui angket. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, studi literatur dan dokumentasi. Dari hasil penelitian yang didapatkan yaitu Autentisitas mempunyai peran yang begitu signifikan dalam berkunjung kembali.

Kata Kunci : Autentisitas, Minat Berkunjung Kembali

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara multikultural yang memiliki berbagai macam suku, ras, kepercayaan, agama, seni dan budaya daerah. Kekayaan dan keragaman budaya di Indonesia seperti tradisi, kesenian, ritual agama dan kepercayaan merupakan daya tarik yang besar bagi wisatawan terutama mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia. Hal ini yang mendasari juga bahwa Indonesia menjadi salah satu negara tujuan wisatawan dari penjuru dunia. Kekayaan dan keragaman budaya yang dimiliki oleh Indonesia menjadi potensi saat ini dan masa yang akan datang, karena salah satu tujuan wisatawan mancanegara datang ke Indonesia untuk mempelajari dan meng-explore budaya Indonesia.

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) memiliki Anjungan Daerah yang diwakili dari setiap provinsi yang ada di Indonesia, dengan adanya Anjungan Daerah di Taman Mini yaitu untuk memberikan informasi mengenai rumah adat berbagai suku bangsa di Indonesia kepada masyarakat luas, terutama generasi muda yang mungkin tidak sempat lagi melihat rumah adat di daerah asalnya. Bangunan dan rumah adat sekaligus digunakan sebagai tempat pameran dan peragaan berbagai benda sejarah, pakaian adat, peralatan kesenian, hasil kerajinan, dan benda-benda budaya lain yang merupakan warisan bangsa yang tak ternilai harganya.

Pemanfaatan Anjungan di TMII sebagai salah satu sarana untuk mempromosikan pariwisata telah dilakukan oleh beberapa provinsi yang ada di Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke daerah Anjungan TMII berusaha menerapkan display kebudayaan untuk dijadikan sebagai daya tarik utama. Fungsi utama dari penerapan *cultural display* adalah memberikan informasi atau memberikan gambaran mengenai kebudayaan yang ada di Indonesia (Sekar, 2018).



Taman Mini Indonesia Indah (TMII) merupakan kawasan Taman Wisata yang bertema budaya Indonesia yang berlokasi di Jakarta Timur. Taman Mini Indonesia Indah (TMII) memiliki berbagai macam atraksi yang dapat digunakan untuk menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara salah satunya adalah bangunan daerah dari 34 provinsi yang ada di Indonesia, atau lebih dikenal sebagai Anjungan Daerah (Taman Mini Indonesia Indah, 2023).

Gambar 1. 1 Denah Atraksi Wisata TMII
 Sumber : (Taman Mini Indonesia Indah, 2023)

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) revitalisasi pada tahun 2022 untuk menyambut G20. Setelah di revitalisasi Taman Mini hadir dengan wajah baru dan konsep baru (Mayang, 2023). Taman Mini mengusung 4 pillar pariwisata, yaitu;

1. *Smart*
2. *Green*
3. *Inklusif*
4. *Culture*

Tujuan utama didirikannya TMII adalah untuk menumbuhkan rasa cinta pada tanah air dan sebagai sarana untuk memperkenalkan kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia dalam menarik minat kunjungan wisatawan. TMII sering mengadakan event bertema budaya, namun saat masa pandemi covid-19 semua sektor pariwisata mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan, termasuk TMII. Jika dilihat melalui jumlah kunjungan wisatawan, TMII mengalami penurunan yang drastis pada jumlah kunjungan wisatawan. Hal tersebut ditunjukkan melalui Tabel 1.1 sebagai berikut;

Tabel 1. 1

| NO | TAHUN | JUMLAH PENGUNJUNG |
|----|-------|-------------------|
| 1 | 2015 | 4.592.285 |
| 2 | 2016 | 4.726.567 |
| 3 | 2017 | 5.404.534 |
| 4 | 2018 | 5.641.104 |
| 5 | 2019 | 5.081.324 |
| 6 | 2020 | 1.171.740 |
| 7 | 2021 | 995.276 |
| 8 | 2022 | 687.213 |
| 9 | 2023 | 3.064.451 |
| 10 | 2024 | 972.084 |

Jumlah Kunjungan Wisatawan TMII
 Sumber : (feni, 2024)

-Berdasarkan Tabel 1.1 dapat ditunjukkan bahwa pandemi telah mengubah semua kehidupan termasuk sektor pariwisata. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh pengelola dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan ke Taman Mini Indonesia Indah (TMII) anjlok dalam dua tahun terakhir. Sebelum pandemi, yakni selama periode 2018-2019, Taman Mini Indonesia Indah (TMII) dikunjungi oleh sekitar 5 juta wisatawan tiap tahunnya. Kemudian di awal pandemi jumlahnya mendadak anjlok jadi 1,1 juta kunjungan pada 2020. Pada 2021 angkanya pun turun lagi sekitar 20% menjadi hanya 995,2 ribu kunjungan. Dalam sektor wisata, dalam menghadapi permasalahan wabah covid-19 ini pastinya ada berbagai kendala, tetapi Taman Mini Indonesia Indah (TMII) dapat melewatinya hingga saat ini telah hadir dengan wajah baru dan melakukan inovasi produk yaitu pada bulan januari 2022 pemerintah mulai melakukan revitalisasi. Penataan ulang dilakukan agar dapat memberikan pengalaman berwisata bagi pengunjung yang berkualitas dan berkelanjutan. Karena sedang di revitalisasi maka pada tanggal 11-29 april 2022 Taman Mini Indonesia Indah (TMII) ditutup sementara, lalu pada tanggal 30 april-8 mei 2022 sempat beroperasi normal, namun pada tanggal 17 mei 2022 ditutup sementara karena dalam rangka revitalisasi dan sampai saat ini tahun 2023 masih dalam tahap revitalisasi.

Anjungan Jawa Tengah TMII merupakan salah satu Anjungan Daerah yang ada di Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Anjungan ini memiliki berbagai kesenian khas Jawa Tengah. Maka, wisatawan dapat melihat keaslian budaya Jawa Tengah, mulai dari bentuk bangunan, alat musik khas daerah Jawa Tengah dan wisatawan dapat menyaksikan kesenian yang lain di event yang ada di Anjungan Jawa Tengah, yaitu seperti pameran dan penjualan aneka kerajinan, makanan khas tiap kabupaten/kota, serta mengadakan pentas kesenian tradisional, seperti pentas tari dan pentas wayang. Anjungan Jawa Tengah TMII mengadakan event sebagai bentuk daya tarik wisata dan pengenalan kesenian, kerajinan dan kuliner khas Jawa Tengah (penghubung.jatengprov, 2023). Taman Mini Indonesia Indah (TMII) melakukan Inovasi Produk yaitu Revitalisasi. Penataan ulang dilakukan agar dapat memberikan pengalaman berwisata bagi pengunjung yang lebih berkualitas dan berkelanjutan dan hal itu membawa dampak baik dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, dapat ditunjukkan melalui

| NO | BULAN | TAHUN | | |
|---------------------|-----------|-------------|--------------|--------------|
| | | 2022 | 2023 | 2024 |
| 1 | Januari | 0 | 7013 | 3577 |
| 2 | Februari | 0 | 6662 | 3496 |
| 3 | Maret | 0 | 5095 | 1515 |
| 4 | April | 0 | 3118 | 3237 |
| 5 | Mei | 0 | 4608 | 4070 |
| 6 | Juni | 0 | 4172 | - |
| 7 | Juli | 18 | 3736 | - |
| 8 | Agustus | 6 | 2527 | - |
| 9 | September | 0 | 3912 | - |
| 10 | Oktober | 1 | 4524 | - |
| 11 | November | 2393 | 4837 | - |
| 12 | Desember | 6412 | 4532 | - |
| JUMLAH TOTAL | | 8830 | 54736 | 15895 |

Tabel 1.2 jumlah kunjungan di Anjungan Jawa Tengah TMII sangat meningkat.

Tabel 1. 2

Jumlah Kunjungan Wisatawan Anjungan Jawa Tengah TMII

Sumber : (Bunari, 2024)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat ditunjukkan bahwa Revitalisasi membawa dampak baik bagi Anjungan Jawa Tengah TMII. Karena setelah direvitalisasi, jumlah kunjungan meningkat. Hal ini dikarenakan Taman Mini Indonesia Indah (TMII) membuat strategi baru dengan revitalisasi. Banyak perubahan yang terjadi, terutama konsep yang diterapkan berbeda, mulai dari pemesanan/pembayaran tiket menjadi online, berkeliling menggunakan mobil wisata yang disediakan. Karena perubahan setelah di revitalisasi ini membuat wisatawan ingin berkunjung kembali untuk merasakan pengalaman yang berbeda. Namun masih menjunjung tinggi dan mengutamakan keaslian dari produk wisata yang ditawarkan kepada wisatawan.

Penelitian ini tentunya memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya, karena penelitian ini berfokus pada Peran Autentisitas terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Anjungan Jawa Tengah TMII. Berdasarkan hasil pengamatan penulis dan di lapangan belum adanya penelitian yang dilakukan di Anjungan Jawa Tengah TMII terutama dalam membahas mengenai Peran Autentisitas terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Anjungan Jawa Tengah TMII. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah keaslian suatu objek dapat meningkatkan minat berkunjung kembali di Anjungan Jawa Tengah TMII. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti tertarik dan antusias untuk melakukan penelitian mengenai "PERAN AUTENTISITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI KE ANJUNGAN JAWA TENGAH TMII".

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Autentisitas

Autentisitas merupakan bentuk dari ekspektasi konsumen terhadap merek yang berkaitan dengan pengalaman. Autentisitas pertama kali diperkenalkan oleh seorang peneliti sosiologi bernama *Mac Cannell* dengan tujuan untuk memahami bagaimana pengalaman wisatawan di situs sejarah dan budaya (Fahmi M. R., 2023). Autentisitas

merupakan elemen penting dalam dunia pariwisata budaya karena mencerminkan nilai-nilai asli dan tradisi yang sesungguhnya dari suatu tempat atau komunitas. Di Anjungan Jawa Tengah TMII, autentisitas dapat diartikan sebagai representasi yang akurat dan mendalam dari budaya, seni, dan sejarah Jawa Tengah. Dengan menampilkan artefak asli, interior yang sesuai dengan arsitektur tradisional, serta staff yang mengenakan pakaian adat, pengunjung dapat merasakan pengalaman yang lebih nyata dan otentik. Hal ini tidak hanya memberikan edukasi yang berharga tetapi juga menciptakan kesan yang mendalam dan berkesan bagi para wisatawan.

Peran Autentisitas ini sangat penting dalam meningkatkan minat berkunjung kembali. Ketika pengunjung merasa bahwa mereka mendapatkan pengalaman yang benar-benar mencerminkan budaya Jawa Tengah, mereka cenderung merasa lebih terhubung dan memiliki keinginan untuk kembali. Pengalaman yang autentik memberikan kesan yang lebih kuat dan mendalam dibandingkan dengan pengalaman yang terasa artifisial atau kurang mendalam. Dengan demikian, menjaga dan meningkatkan autentisitas di Anjungan Jawa Tengah TMII dapat menjadi strategi efektif untuk menarik dan mempertahankan minat pengunjung, serta mendorong mereka untuk berkunjung kembali di masa mendatang.

2.2. Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali merupakan bentuk perilaku (diantaranya, pembelian kembali dan memberikan word of mouth yang positif), sebagai "situasi dimana segala sesuatu terhubung dalam suatu perilaku (Bintarti, 2017). Minat berkunjung kembali didefinisikan sebagai keinginan dan kecenderungan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat lebih dari satu kali setelah kunjungan pertama. Ini sering kali dipengaruhi oleh kualitas pengalaman yang dirasakan selama kunjungan awal, termasuk elemen-elemen yang membentuk pengalaman tersebut,

seperti layanan, keaslian, dan nilai edukatif.

2.3. Faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk menyukai objek-objek atau kegiatan-kegiatan yang membutuhkan perhatian dan menghasilkan kepuasan. Minat kembali adalah perasaan ingin kembali ke tempat wisata di kemudian hari dan merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada orang lain (Eko Prastiyo, 2022). Untuk berkunjung dan kepuasan yang di dapat saat berkunjung merupakan faktor mendasar yang dapat menentukan minat untuk kembali ke destinasi wisata tersebut. Salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi niat berkunjung kembali dari pelanggan mungkin adalah kepuasan (Binarti, 2017). Memuaskan pelanggan sangat penting karena berdampak pada ekspektasi dan niat keputusan pembelian ulang pelanggan untuk mengunjungi kembali situs tersebut (Binarti, 2017).

Menurut Makelew et al., (Eko Prastiyo, 2022) faktor-faktor yang mampu mempengaruhi proses minat berkunjung kembali diantaranya, yaitu;

- 1) Promosi yang dilakukan oleh konsumen yang telah mengunjungi Destinasi Wisata melalui sosial media sangat mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan.
- 2) Harga yang ditawarkan oleh pihak-pihak pengelola Destinasi Wisata tidak berubah-ubah sehingga mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan.
- 3) Citra wisata Destinasi Wisata jika dipelihara dengan baik mampu mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan.
- 4) Bukti fisik Destinasi Wisata salah satunya adalah toilet yang memadai dan mudah dijangkau maka mampu mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan.

3. METODOLOGI

Penelitian dengan judul “Peran Autentisitas terhadap minat berkunjung kembali ke Anjungan Jawa Tengah TMII” merupakan jenis penelitian kuantitatif.

Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Kusumastuti, 2020). Metode kuantitatif merupakan metode yang didasarkan pada informasi numerik atau kuantitas dan biasanya diasosiasikan dengan analisis statistik.

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara, sebagai berikut :

3.1.1 Observation

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu objek penelitian. Penelitian dapat memperoleh data dengan mempelajari dan memahami tingkah laku secara langsung (Rosyida, 2018). Dalam hal ini observasi salah satu upaya peneliti untuk mengamati perilaku atau aktivitas yang terjadi untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian melalui pemilihan, pencatatan, pengubahan, rangkaian perilaku dan suasana dalam rangka tujuan penelitian. Penulis melakukan observasi atau pengamatan langsung di Taman Mini Indonesia Indah (TMII), objek wisata Anjungan Jawa Tengah TMII sehingga dapat melengkapi data-data yang belum diperoleh dari hasil wawancara.

3.1.2 Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan (Sujarweni, 2018). Wawancara yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara kepada pengelola TMII dan Pimpinan Anjungan Jawa Tengah TMII, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan selama penelitian seperti data pengunjung yang digunakan untuk populasi dan sampel penelitian.

3.1.3 Studi Literatur

Studi Literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode

pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yaitu Peran Autentisitas dan Minat Berkunjung Kembali, serta mengolah data penelitian.

Studi Literatur berisi tentang ulasan, rangkuman maupun pemikiran dari seorang penulis terhadap beberapa literatur tentang suatu topik yang dibahas didalamnya (Pratidina, 2023). Langkah-langkah yang dilakukan dalam artikel ini adalah sebagai berikut:

1. Memilih topik yang sesuai dan menarik
2. Mencari literatur yang sesuai dengan topik yang dipilih. Literatur harus relevan dengan penelitian karena akan membantu mendapatkan suatu gambaran dari topik yang akan dibahas, penelitian terdahulu telah ada sehingga dapat menambah wawasan penulis dalam melakukan literatur review.
3. Mengevaluasi data guna mengelompokkan informasi antara satu literatur dengan literatur lainnya, sehingga dapat menemukan ringkasan pada masing-masing literatur yang telah dipilih.
4. Menganalisis dan menginterpretasikan data dalam bentuk pembahasan.

3.6.4 Dokumentasi

Dokumentasi suatu bentuk kegiatan atau proses dalam menyediakan atau mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, surat penelitian dan lain-lainnya untuk bisa memanfaatkan bukti yang akurat dalam penelitian. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam (Gaho, 2023). Berdasarkan pendapat ahli tersebut, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data ditempat penelitian menggunakan dokumentasi tertulis atau dokumentasi terekam, dalam bentuk foto dan video.

4. HASIL PEMBAHASAN

4.1. Hasil

4.1.2 Peran Autentisitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Anjungan Jawa Tengah

Autentisitas memiliki arti sebagai kualitas sesuatu yang asli, nyata, tidak dibuat-buat atau palsu. Autentisitas tidak hanya sebatas tempat saja tetapi dapat dilihat dan dirasakan. Minat Berkunjung Kembali merupakan penilaian wisatawan tentang kemungkinan untuk mengunjungi kembali suatu objek wisata dan keadaan dimana seorang wisatawan menghargai pengalamannya ketika mengunjungi suatu objek wisata, mempunyai perilaku yang positif terhadap pengalaman tersebut dan berharap keluarga dan rekan mendukung apabila ada kesempatan untuk mengunjungi kembali suatu objek wisata (Patrice Theodora, 2020).

Autentisitas memegang peran penting dalam meningkatkan minat pengunjung untuk kembali berkunjung ke Anjungan Jawa Tengah di Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Pengalaman yang dianggap autentik oleh pengunjung dapat meningkatkan kepuasan mereka secara signifikan. Ketika elemen-elemen budaya Jawa Tengah, seperti arsitektur tradisional joglo, seni kerajinan seperti batik dan wayang kulit, serta pertunjukan tari dan musik tradisional disajikan dengan keaslian yang tinggi, pengunjung akan merasa lebih terhubung dengan budaya yang ditampilkan. Koneksi ini meningkatkan kepuasan dan membuat pengalaman mereka lebih berkesan, mendorong mereka untuk mengulang kunjungan di masa mendatang.

Selain itu, Autentisitas membangun kepercayaan dan kredibilitas Anjungan Jawa Tengah sebagai representasi yang benar dari budaya Jawa Tengah. Pengunjung yang percaya bahwa mereka mengalami representasi budaya yang asli cenderung memiliki memori positif dan mendalam tentang kunjungan mereka.

Memori ini tidak hanya meningkatkan keinginan mereka untuk kembali, tetapi juga membuat mereka lebih mungkin merekomendasikan tempat ini kepada orang lain. Dengan demikian, mempertahankan dan meningkatkan autentisitas melalui pemeliharaan arsitektur tradisional, pelatihan bagi pelaku seni, dan penyelenggaraan acara budaya yang sesuai dengan tradisi asli menjadi strategi penting untuk menarik minat pengunjung agar berkunjung kembali.

4.1.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Autentisitas

Analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik dasar dari data yang dikumpulkan dalam sebuah penelitian. Hasil analisis deskriptif terhadap

variabel Autentisitas ditunjukkan dalam tabel di 4.6.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat ditunjukkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata (mean) variabel Autentisitas (X) adalah sebesar 3.50. Rata-rata ini menunjukkan bahwa secara umum, responden memiliki tingkat minat yang cukup tinggi untuk berkunjung kembali ke Anjungan Jawa Tengah TMII. Jika skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 4, maka nilai 3.50 berada di atas nilai tengah, yang mengindikasikan kecenderungan positif dari responden terhadap minat berkunjung kembali.

Tabel 4. 6: Analisis Deskriptif Variabel Autentisitas

| Variabel | No Item | Frekuensi Jawaban Responden | | | | Total | Mean | Kategori |
|------------------------|---------|-----------------------------|----|----|-----|-------|------------|---------------|
| | | SS | S | TS | STS | | | |
| Autentisitas (X) | 1 | 54 | 43 | 2 | 1 | 100 | 3.5 | Tinggi |
| | 2 | 60 | 39 | 1 | 0 | 100 | 3.59 | Tinggi |
| | 3 | 55 | 43 | 2 | 0 | 100 | 3.53 | Tinggi |
| | 4 | 43 | 57 | 0 | 0 | 100 | 3.43 | Tinggi |
| | 5 | 50 | 49 | 1 | 0 | 100 | 3.49 | Tinggi |
| | 6 | 48 | 52 | 0 | 0 | 100 | 3.48 | Tinggi |
| | 7 | 55 | 44 | 1 | 0 | 100 | 3.54 | Tinggi |
| | 8 | 50 | 48 | 2 | 0 | 100 | 3.48 | Tinggi |
| | 9 | 53 | 46 | 1 | 0 | 100 | 3.52 | Tinggi |
| Rata-rata Total | | | | | | | 3.5 | Tinggi |

Sumber : (Olah Data Peneliti, 2024)

4.1.4 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Berkunjung

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel Minat Berkunjung ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 7: Analisis Deskriptif Variabel Minat Berkunjung

| Variabel | No Item | Frekuensi Jawaban Responden | | | | Total | Mean | Kategori |
|----------|---------|-----------------------------|----|----|-----|-------|------|----------|
| | | SS | S | TS | STS | | | |
| Minat | 1 | 54 | 45 | 1 | 0 | 100 | 3.53 | Tinggi |

| | | | | | | | | |
|------------------------|---|----|----|---|---|-----|-------------|---------------|
| Berkunjung | 2 | 56 | 43 | 1 | 0 | 100 | 3.55 | Tinggi |
| (Y) | 3 | 48 | 50 | 2 | 0 | 100 | 3.46 | Tinggi |
| | 4 | 40 | 52 | 8 | 0 | 100 | 3.32 | Cukup |
| | 5 | 45 | 52 | 3 | 0 | 100 | 3.42 | Tinggi |
| | 6 | 48 | 50 | 2 | 0 | 100 | 3.46 | Tinggi |
| | 7 | 56 | 43 | 1 | 0 | 100 | 3.55 | Tinggi |
| | 8 | 48 | 50 | 2 | 0 | 100 | 3.46 | Tinggi |
| | 9 | 60 | 38 | 2 | 0 | 100 | 3.58 | Tinggi |
| Rata-rata Total | | | | | | | 3.48 | Tinggi |

Sumber : (Olah Data Peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata dari variabel Minat Berkunjung (Y) adalah sebesar 3.48. Nilai ini menandakan bahwa minat berkunjung kembali ke Anjungan Jawa Tengah TMII berada dalam kategori tinggi. Dalam konteks penelitian ini, skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 4 kemungkinan digunakan, di mana nilai 3.48 berada di atas nilai tengah dan mendekati nilai maksimum, menunjukkan kecenderungan positif yang kuat dari responden terhadap minat berkunjung kembali.

Berdasarkan data kuesioner variabel Minat Berkunjung (Y), 8 responden menjawab Tidak Setuju (TS) dalam pernyataan “wisatawan selalu up to date atau mencari informasi terbaru mengenai Anjungan Jawa Tengah TMII agar tidak terlewatkan informasi terbaru mengenai event yang akan diadakan” hal tersebut menunjukkan bahwa perlu dalam meningkatkan promosi melalui Social Media atau membuat lebih kreatif dan menarik dalam setiap postingan mengenai informasi event dan kegiatan yang sedang dilaksanakan agar wisatawan lebih tertarik dan selalu up to date atau mencari informasi terbaru mengenai event yang akan diselenggarakan di Anjungan Jawa Tengah TMII.

Pernyataan “wisatawan menceritakan pengalaman saat berkunjung karena Anjungan Jawa Tengah TMII bagus akan keaslian Artefak maupun interiornya” 3

responden menjawab tidak setuju (TS) hal tersebut menunjukkan bahwa keaslian artefak maupun interior di Anjungan Jawa Tengah TMII berperan penting. Maka, diperlukan meningkatkan artefak maupun interior di Anjungan Jawa Tengah TMII. Rata-rata minat berkunjung kembali yang tinggi ini mengindikasikan bahwa autentisitas anjungan (keaslian artefak maupun interior yang ditampilkan) berperan penting dalam meningkatkan minat pengunjung untuk kembali. Hasil ini membuktikan bahwa pengunjung merasa pengalaman yang mereka dapatkan di Anjungan Jawa Tengah TMII cukup autentik dan memuaskan, sehingga mereka tertarik untuk kembali lagi di masa mendatang.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Autentisitas Terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Anjungan Jawa Tengah TMII

Autentisitas menjadi peran penting yang dapat ditawarkan ke wisatawan untuk mendapatkan kepuasan kepada wisatawan yang berkunjung ke Anjungan Jawa Tengah TMII. Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini, diketahui bahwa Autentisitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Anjungan Jawa Tengah TMII. Nilai signifikansi (Sig) sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 serta nilai t hitung sebesar 20.749 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1.984 menunjukkan bahwa hipotesis H_1 diterima. Artinya Autentisitas (X) secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y). Hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan Autentisitas dalam penyajian budaya dan atraksi di Anjungan Jawa Tengah TMII berkontribusi positif terhadap meningkatnya minat pengunjung untuk kembali berkunjung.

Dari analisis tersebut, peran Autentisitas menjadi elemen penting yang dapat meningkatkan pengalaman dan kepuasan pengunjung. Anjungan Jawa Tengah TMII dapat memanfaatkan temuan ini dengan lebih menekankan aspek-aspek autentik dalam setiap program dan atraksi yang disajikan. Hal ini bisa dilakukan melalui penyajian seni tradisional, kerajinan tangan, dan kuliner khas yang disampaikan secara

akurat dan mendalam. Strategi pemasaran juga harus difokuskan pada promosi keaslian budaya Jawa Tengah, yang dapat menarik pengunjung yang mencari pengalaman yang otentik dan mendalam. Dengan demikian, peningkatan Autentisitas tidak hanya akan menarik lebih banyak pengunjung tetapi juga mendorong mereka untuk kembali, sehingga memperkuat posisi Anjungan sebagai destinasi wisata budaya yang unggul.

Hasil yang telah peneliti uraikan memiliki relevansi dengan kajian dari (Fahmi, 2023) pengaruh autentisitas yang signifikan terhadap pengalaman wisatawan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian membuktikan Anjungan Jawa Tengah TMII adalah representasi budaya Jawa Tengah yang menampilkan keunikan dan keaslian budaya daerah tersebut. Dengan berbagai pameran, pertunjukan, dan kegiatan budaya, anjungan ini memberikan pengalaman autentik kepada pengunjung. Tanggapan positif dari responden mencerminkan bahwa pengalaman mereka di anjungan ini memuaskan dan menghargai upaya dalam mempertahankan serta mempromosikan warisan budaya Jawa Tengah.

Hasil analisis menunjukkan bahwa autentisitas memiliki peran yang sangat signifikan dalam mempengaruhi minat berkunjung kembali ke Anjungan Jawa Tengah TMII. Autentisitas yang tinggi dalam penyajian budaya di anjungan ini mampu menciptakan pengalaman yang mendalam dan positif bagi pengunjung, yang meningkatkan minat mereka untuk berkunjung kembali. Semakin autentik pengalaman yang dirasakan pengunjung, semakin besar keinginan mereka untuk kembali mengunjungi anjungan ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

1. Ibu Peni, Selaku Pengelola Taman Mini Indonesia Indah (TMII) yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam melakukan penelitian di TMII dan membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan.

2. Bapak Bunari, selaku Pimpinan Anjungan Jawa Tengah TMII yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam melakukan penelitian di Anjungan Jawa Tengah TMII.

3. Bapak Tedy, selaku staff Anjungan Jawa Tengah TMII yang telah membantu penulis dalam memperoleh data.

4. Kedua orang tua tercinta yang tiada henti-hentinya memberikan kasih sayang, do'a dan dukungan baik secara moril maupun materil, serta pengorbanan yang tak terhitung nilainya.

5. Tim redaksi Jurnal PaRAMA yang telah senantiasa membantu dalam proses publishnya jurnal ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Azahra. (2022). Analisis Prediksi Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru . 76.
- Binarti, K. (2017). A Study of Revisit Intention: Experiential Quality and Image of Muara Brting Tourism Site in Bekasi District. 528.
- Bintarti. (2017). A study of Revisit Intention: Experiential quality and image of Muara Beting Tourism Site in Bekasi District. 533.
- Eko Prastiyo, L. N. (2022). Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan pada wisata air terjun krecek denu. Faktor minat berkunjung kembali, 2.
- Fadilah Amin, G. A. (2023). konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian.18.
- Fahmi. (2023). The role of authenticity on revisit intention: tourist experience as a mediation at the Reyog Ponorogo National Festival. 356.
- Fahmi, M. R. (2023). The role of authenticity on revisit intention: tourist experience as a mediation at the a Reyog Ponorogo National Festival. 346.
- Fauzy. (2019). Metode Sampling. Jakarta: 18. Fauzy, A. (2019). Metode Sampling. Jakarta: 24.
- Junaidi, S. (2019). pengaruh gaya kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai pada UPTD BALTEKKOMDIK dinas pendidikan provinsi sumatera barat. 4.
- Kusumastuti. (2020). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. Yogyakarta: 2020.
- Ma'arif, L. A. (2023). The authenticity and social media effect on revisit intention mediated by destination image. 33-43.
- Nurchahyo, B. (2018). Analisis dampak penciptaan brand image dan aktifitas word of mouth (WOM) pada penguatan keputusan pembelian produk fashion. 17.
- Nurchahyo, B. (2018). ANALISIS DAMPAK PENCIPTAAN BRAND IMAGE DAN AKTIFITAS WORD OF MOUTH

- (WOM) PADA PENGUATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION. 19-20.
- Nurchahyo, B. (2018). ANALISIS DAMPAKNPENCIPTAAN BRAND IMAGE DAN AKTIFITAS WORD OF MOUTH (WOM) PADA PENGUATAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION. 17.
- Pai, K. L. (2021). An Examination of Revisit Intention Based on Perceived Smart Tourism Technology Experience. 5-14.
- Patrice Theodora, F. (2020). pengaruh perceived authenticity terhadap place attachment dan revisit intention wisatawan di house of sampoerna. 3-4.
- Ramukumba, D. T. (2018). Tourist revisit intentions based on purpose of visit and preference of the destination. A case study of Tsitsikamma National Park. 7.
- Ramukumba, D. T. (2018). Tourist revisit intentions based on purpose of visit and preference of the destination. A case study of Tsitsikamma National Park. 7.
- Sekar, A. (2018). pemanfaatan anjungan taman mini indonesia indah dan peranannya dalam meningkatkan kunjungan wisata daerah. pemanfaatan anjungan taman mini indonesia indah, 7.
- Silaban, P. H. (2020). The Role of Authenticity and Satisfaction on Tourists' Revisit Intention at Air Soda Destination. 374.
- Wicaksono, G. T. (2020). Persepsi otentisitas rumah makan terhadap brand equity dan consumer response studi empiris: rumah makan lokal di yogyakarta. 12.
- Yunianto, D. (2021). Analisis pertumbuhan dan kepadatan penduduk terhadap pertumbuhan ekonomi. 692.
- Zhou, C. W. (2022). Research on the effect of Authenticity on Revisit Intention in Heritage Tourism. 7.