

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Diera sekarang ini Sektor pariwisata menjadi sektor yang memberi sumbang sih terbesar dalam peningkatan perekonomian negara, hal tersebut dikarenakan pariwisata memiliki peran untuk mendorong meningkatnya pendapatan negara melalui penerimaan devisa. Sektor pariwisata juga merupakan sektor industri yang menguntungkan untuk saat ini, yang dimana memberikan kontribusi lebih dalam pengentasan angka kemiskinan dan pengangguran, dilihat dari banyaknya pekerjaan dan usaha yang bisa dilakukan di dalam sektor pariwisata. Dalam hal ini sektor pariwisata menjadi pembuka jalan bagi para pelaku usaha seperti kuliner, kerajinan, perhotelan, dan perjalanan wisata. Menurut Undang-Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keaneragaman kekayaan alam, udaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan disebut dengan daya tarik wisata, yang dalam Bahasa Inggris dikenal dengan istilah *Tourist Attraction*.¹

¹ Shofwan, Hanief. (2018). Pengembangan Bisnis Pariwisata Dengan Media Sistem Informasi. Yogyakarta. hal. 77

Dilihat dari banyaknya keuntungan yang didapat dari sektor pariwisata, maka dibutuhkan suatu usaha pengembangan atau pembangunan dan strategi pemasaran pariwisata. Di Indonesia pariwisata memiliki karakteristik yang berbeda antara satu dengan lainnya, hal tersebut menjadikan sebuah keunikan yang dapat menarik wisatawan jika dikelola dengan baik dan didukung dengan kegiatan pemasaran yang baik juga. Salah satu kegiatan pemasaran pariwisata yang dilakukan melalui promosi pariwisata. Kegiatan promosi idealnya dilakukan secara berkesinambungan melalui berbagai jenis media yang dianggap efektif serta dapat dijangkau oleh target pasar, baik secara *offline* maupun *online*, cetak maupun elektronik sesuai dengan target atau konsumen yang dituju. Promosi pada hakekatnya merupakan suatu komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan serta produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.² Kegiatan promosi penting dilakukan, karena sebaik apapun produk atau jasa yang dimiliki jika tidak diketahui dan dibeli oleh konsumen maka produk bisa dikatakan produk yang gagal di pasaran. Strategi promosi yang baik dapat menjadi cara untuk dapat mengembangkan produk atau jasa yang dimiliki.

Pariwisata merupakan bagian dari kegiatan wisata dan atau mengunjungi berbagai fasilitas yang telah disediakan oleh pihak

² Tjiptono, Fandy. (2001). Strategi Pemasaran . Edisi ke-3. Andi Offset. Yogyakarta. Hal. 219

masyarakat, pemerintah daerah dan pemerintah pusat. Pariwisata merupakan keseluruhan kegiatan yang terkait dengan kepariwisataan dan bersifat multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta adanya interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan para pengusaha. Wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau berkelompok dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu.³ Dalam melakukan kegiatan wisatanya pastinya memilih Kawasan yang memiliki daya tarik wisata, yang dapat diartikan suatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keaneragaman kekayaan alam, budaya dan buatan manusia yang unik menjadi sasaran kunjungan wisatawan.

Seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan biasa disebut wisatawan. Wisatawan didefinisikan menjadi dua yaitu Warga negara asing (WNA) dan Warga negara Indonesia (WNI). Warga Negara Asing (WNA) merupakan wisatawan yang akan mengunjungi pariwisata di Indonesia yang harus menggunakan visa kunjung dan berstatus sebagai penduduk luar negeri. Warga Negara Indonesia (WNI) dapat di katakana sebagai wisatawan yang berstatus sebagai warga negara Indonesia atau penduduk

³ Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek. Pariwisata dalam angka 2019. Kabupaten Trenggalek hal. 2

Indonesia.⁴ Kegiatan berwisata untuk saat ini menjadi kebutuhan sekunder bahkan kebutuhan primer manusia untuk saat ini. Dari hal tersebut pariwisata menjadi primadona pembangunan nasional untuk saat ini. Dapat terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia per-bulan Desember 2019 sebanyak 1.3377.067.⁵ Terdiri dari wisatawan Warga Negara Asing (WNA) dan Warga Negara Indonesia (WNI).

Kabupaten Trenggalek sendiri pembangunan pariwisata mengacu pada Peraturan Daerah Kabupaten Trenggalek Nomor 26 Tahun 2016 mengenai Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPARDA) tahun 2017-2031 yang menjadi rujukan utama untuk mengarahkan pembangunan kepariwisataan. Peraturan daerah tersebut menjadi rambu-rambu yang harus dipatuhi oleh seluruh pihak yang bergerak di bidang kepariwisataan daerah Kabupaten Trenggalek. Destinasi pariwisata di Kabupaten Trenggalek terdiri dari wisata alam, wisata buatan, wisata kuliner, wisata budaya, wisata sejarah dan wisata religi. Setiap destinasi wisata di Kabupaten Trenggalek memiliki keunggulan tersendiri. Percepatan sektor pariwisata di Kabupaten Trenggalek terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan di tahun 2019 ada sejumlah 982.479 kunjungan. Kunjungan wisatawan tersebut mengalami peningkatan di banding tahun 2018 sebesar 15,36% dengan jumlah 831.478 wisatawan.⁶ Kenaikan

⁴ Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek. Pariwisata dalam angka 2019. Kabupaten Trenggalek. hal. 2

⁵ Di akses dari Kemenparekra.go.id pada tanggal 15-09-2020 pukul 21.12 WIB

⁶ Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek. Pariwisata dalam angka 2019. Kabupaten Trenggalek. hal. 8

kunjungan wisatawan tersebut di dukung dengan adanya upaya promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.

Kegiatan promosi selalu mengalami perubahan sesuai dengan kondisi yang terjadi pada saat tertentu. Tahun 2019 terjadi pandemi COVID-19 melanda hampir seluruh dunia, masuk di Indonesia pada awal tahun 2020. Pada awal tahun 2020 tepatnya tanggal 2 Maret 2020 Bapak Presiden RI Joko Widodo mengumumkan bahwa ada warga Negara Indonesia yang terjangkit COVID-19.⁷ Belum ada obat yang bisa mengobati penyakit ini, maka pemerintah menganjurkan masyarakat untuk mengantisipasi dengan menggunakan masker dan mencuci tangan serta tidak bepergian jika tidak terlalu penting.

Adanya pandemi COVID-19 menyebabkan banyak sektor yang mengalami kendala bahkan bahkan tidak berjalan sama sekali, sampai banyak pengusaha yang gulung tikar dan melakukan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) terhadap karyawannya. Dalam sektor pariwisata pandemi COVID-19 menjadi hal yang hal penghambat, dalam berbagai kegiatan namun, harus berjalan dengan berdampingan dengan pandemi COVID-19.

COVID-19 merupakan penyakit yang menyerang manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti *Middle East*

⁷ Di akses dari <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kasus-covid-19-pertama-masyarakat-jangan-panik> pada tanggal 19-04-2021 pukul 19.49 WIB

Respiratory Syndrome (MERS) dan Sindrom Pernapasan Akut Berat /*Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS).⁸ COVID-19 merupakan penyakit menular yang, hal tersebut menjadi hal yang menakutkan bagi masyarakat Indonesia. Semua kegiatan hampir hanya dilakukan melalui *daring* atau dilakukan di rumah. Guna untuk mengurangi penyebaran COVID-19 yang semakin bertambah di Indonesia. Menteri Kesehatan Republik Indonesia mengeluarkan Keputusan Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat Di Tempat dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan Dan Pengendalian *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19).⁹ Peraturan tersebut dibuat untuk mengurangi penyebaran pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia guna mengembalikan keadaan seperti belum terjadinya pandemi COVID-19.

Adanya pandemi menjadi banyak peraturan baru yang harus di jalankan atau diterapkan di sektor pariwisata. Seperti halnya strategi promosi pariwisata yang mengalami banyak perubahan serta mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan, maka diperlukan usaha untuk mengoptimalkan strategi kegiatan promosi pariwisata di masa pandemi COVID-19 untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatan.

⁸ Di akses dari internet <https://www.kemkes.go.id/folder/view/full-content/struktire-faq.html> di akses pada 23-04-2021 pukul 10.30 WIB

⁹ Di akses dari internet http://hukor.kemkes.go.id/uploads/produk_hukum/KMK_No_HK_01_07-MENKES-382-2020_ttg_protocol_Kesehatan_Bagi_Masyarakat_di_Tempat_dan_Fasilitas_Umum_Dalam_Rangka_Pencegahan_COVID-1.pdf pukul 10.30 WIB

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dilihat dari dari latar belakang masalah tersebut sebagai berikut :

Bagaimana Strategi Promosi Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Masa Pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1). Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui dan memahami strategi promosi pariwisata Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek sebagai upaya peningkatan kunjungan wisatawan pada masa pandemi COVID-19.
- 2). Penelitian ini bertujuan untuk dapat memberikan informasi dan referensi pengembangan dan pembaruan pada penelitian selanjutnya, sehingga nantinya dapat dijadikan tolak ukur bagi objek penelitian terkait strategi promosi pariwisata pada kegiatan promosi yang dilakukan pada masa pandemi.
- 3). Penelitian ini bertujuan untuk dapat dijadikan acuan dan batu loncatan bagi pemerintah khususnya di sektor pariwisata dalam pengembangan kegiatan promosi dan penyelenggaraan kegiatan promosi pada destinasi wisata pada saat terjadi pandemi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat khususnya mahasiswa jurusan ilmu komunikasi yang dapat digunakan sebagai referensi dalam menyelesaikan maupun pembaruan dalam penelitian serupa.
2. Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat khususnya bagi pemerintah maupun pelaku usaha pariwisata sebagai sumber informasi dan acuan pengembangan dan pengelolaan promosi pariwisata yang efektif dan efisien terhadap target pasar pada masa pandemi.
3. Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat khususnya marketing dan bidang pemasaran dan promosi pariwisata pada instansi pemerintahan maupun swasta yang bergerak di bidang pariwisata dalam memperoleh acuan atau tolak ukur dalam menentukan kegiatan promosi dalam pemasaran pariwisata yang tepat pada masa pandemi.

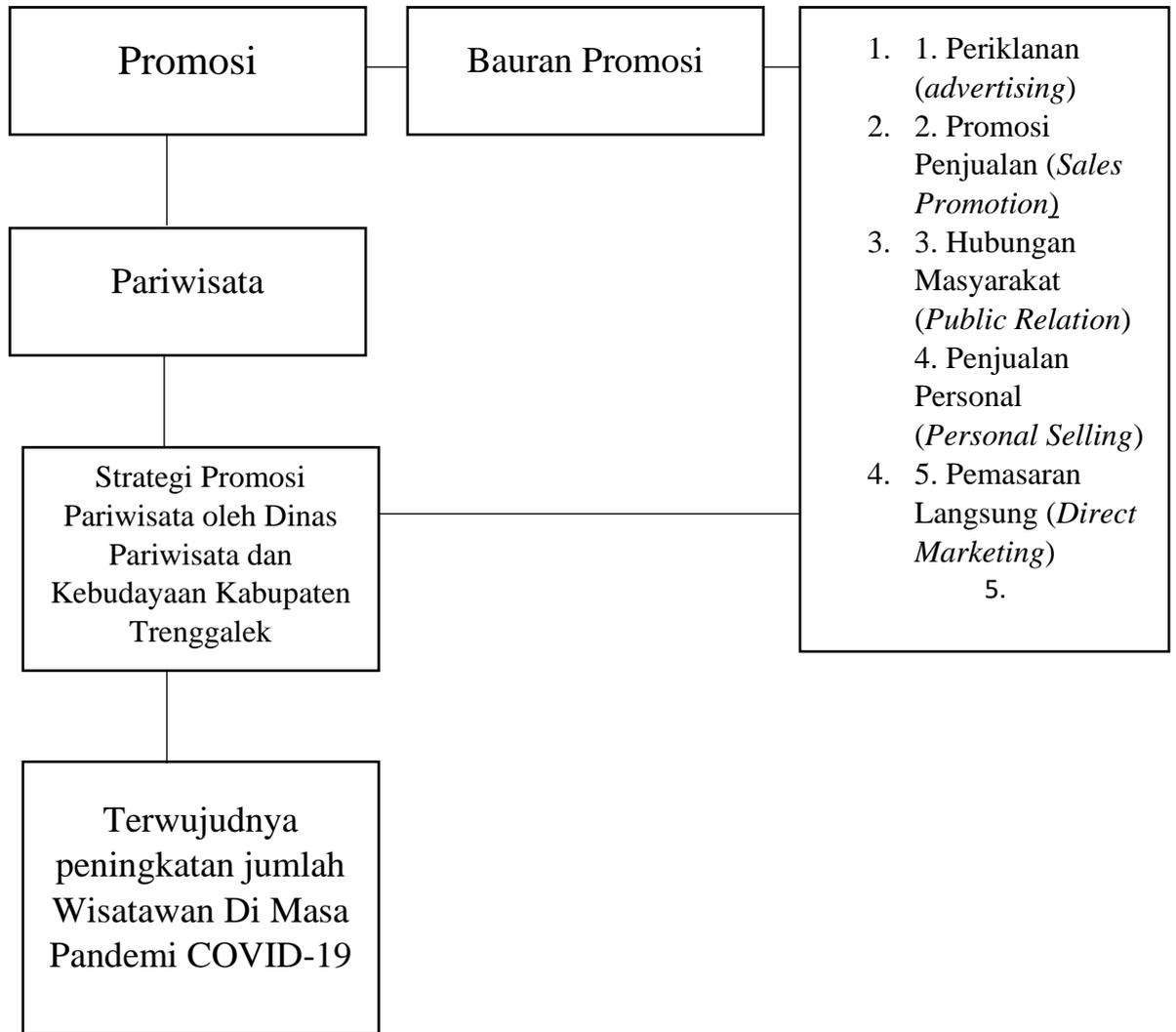
1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat khususnya instansi pemerintah, pelaku usaha pariwisata maupun industry kreatif periklanan sebagai titik ukur efisiensi dan efektivitas kegiatan pengembangan dalam bentuk strategi promosi pariwisata yang

dapat dilakukan maupun yang akan dilakukan dalam waktu mendatang jika terjadi pandemi.

2. Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat khususnya pemerintah dalam sektor pariwisata dalam menetapkan kegiatan promosi pariwisata pada masa pandemi guna meningkatkan kunjungan wisatawan.
3. Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat khususnya pelaku usaha pariwisata milik pribadi maupun kelompok sebagai pendoman kegiatan promosi pada masa pandemi guna meningkatkan kunjungan wisatawan.

1.5 Kerangka Konsep



Tabel 1.1 Tabel Karangka Konsep

1.6 Definisi Operasional

Kerangka Konsep	Definisi Operasional
Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek merupakan sebuah instansi yang mengurus dan bertanggung jawab atas kepariwisataan Kabupaten Trenggalek.
Strategi Promosi	Promosi merupakan teknik komunikasi yang dilakukan oleh pihak Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Trenggalek untuk memperkenalkan pariwisata kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui sehingga mereka datang berkunjung di tempat tersebut dengan tujuan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Promosi yang digunakan menggunakan media massa, media <i>online</i> maupun <i>offline</i> serta menggunakan teknologi baru.
Bauran Promosi	Bauran promosi digunakan untuk mengelompokan atau mengorganisaikan sesuai jenis strategi promosi pariwisata Kabupaten Trenggalek yang telah dilakukan. Yang dikelompokan menjadi promosi

	<p>periklanan (<i>advertising</i>), Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>), hubungan masyarakat (<i>public relation</i>), penjualan personal (<i>personal selling</i>) dan pemasaran langsung (<i>direct marketing</i>).</p>
Pariwisata	<p>Pariwisata merupakan salah satu jenis industry yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi karena banyak menyediakan lapangan pekerjaan, dan sector yang merealisasi industry-industri klasik seperti halnya industry kerajinan tangan, cideramata dan penginapan.</p>
Wisatawan	<p>Wisatawan merupakan orang yang melakukan kegiatan wisata yang menggunakan fasilitas yang telah disediakan baik dari pemerintah maupun masyarakat setempat. Wisatawan akan menjadi tolak ukur keberhasilan suatu usaha kegiatan kepariwisataan yang sudah dilakukan.</p>

Tabel 1.2 Definisi Operasional

1.7 Metodologi Penelitian

1.7.1 Paradigma Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian peneliti menggunakan cara pandang penelitian atau disebut paradigma yang berbeda-beda. Paradigma merupakan kumpulan dari sejumlah asumsi yang mana dipegang Bersama, konsep atau proposisi yang mengarah pada cara berfikir atau sebagai cara yang mendasar untuk mempersepsi, menilai dan melakukan yang mana berkaitan dengan sesuatu secara khusus mengenai visi realitas.¹⁰ Paradigma sendiri dapat diartikan sebagai seperangkat keyakinan yang mendasar sebagai system filosofi yang utama, merupakan kontruksi manusia dalam sebuah penelitian ilmiah untuk sampai pada sebuah kebenaran realitas dalam disiplin ilmu tertentu.

Penelitian ini menggunakan paradigma atau cara pandang secara alamiah (*naturalistic*) untuk dapat menentukan pengertian, pemahaman dan deskripsi pada fenomena yang lebih spesifik.¹¹ Paradigma alamiah atau yang dikenal dengan pandangan fenominologis. Paradigma alamiah atau fenominologis merupakan paradigma yang berusaha untuk memahami perilaku manusia mulai dari kerangka berfikir maupun Tindakan yang sedang dibayangkan atau sedang dipikirkan manusia. Paradigma alamiah juga cenderung menghindari adanya generalisasi dan menyetujui secara

¹⁰Moleng Lexy, J. (2004). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Rosda Karya hal. 49

¹¹ Moleong,lexy J. (2012). Metodologi penelitian Kualitatif. Edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal. 5

rinci dan adanya hipotesa kerja, sehingga saat seseorang akan mendiskripsikan atau menafsirkan suatu situasi serta ingin mengetahui maka peneliti perlu mendapat banyak informasi langsung, dengan begitu inkuiri alamiahnya lebih mengacu pada adanya pengetahuan idiografik yang mengarah pada pemahaman atas peristiwa atau kasus-kasus yang terjadi tersebut.¹²

Penelitian ini menggunakan latar alamiah, dimana situasi akan digambarkan apa adanya tanpa ada rekayasa buatan atau *settingan*. Untuk mendapatkan hasil data informasi yang bersifat deskriptif yang berupa paparan kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang yang diamati secara subyektif. Pada penelitian kualitatif, peneliti mengkonstruisikan realitas dengan memahami maknanya, sehingga untuk itu peneliti perlu melibatkan diri dengan realitas yang diteliti.

1.7.2 Metode Penelitian

Penelitian ini akan memaparkan hasil menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang mana metode ini akan digunakan untuk memaparkan secara menyeluruh mengenai Strategi promosi pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pada masa pandemi COVID-19 di destinasi wisata Kabupaten Trenggalek melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek. Dalam kajian Strategi promosi pada penelitian ini, fokus penelitian utama adalah kegiatan promosi, sedangkan

¹² Moleng Lexy, J, 2004. Metode Penelitian Kualitatif, Bandung : PT. Rosda Karya hal. 52

Strategi hanya sebagai alat yang berfungsi untuk dapat mempertajam dan memperkaya analisis terhadap kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan secara kualitatif melalui Teknik pengumpulan data dengan pengamatan langsung dan wawancara.

Dalam penelitian ini akan memaparkan berdasarkan data dari hasil pengamatan lapangan peneliti berperan serta, yang dimana nantinya peneliti terlibat langsung dalam kegiatan promosi pariwisata yang dibuat pada masa pandemi COVID-19 oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek. Pengamatan dilakukan dengan mengamati kata-kata dan tindakan orang-orang yang menjadi subjek pada penelitian melalui indera peneliti. Pengamatan dilakukan dengan menjadi anggota atau bagian dari kelompok yang sedang diamati, untuk dapat mencatat atau membuat catatan lapangan dari hasil melibatkan peneliti langsung dalam aktivitas atau kegiatan subjek yang diteliti untuk dapat menggambarkan keadaan objek yang diteliti berdasarkan fakta dan realita yang ada.¹³ Selain terjun langsung lapangan, peneliti juga menggunakan data wawancara formal dan informal, yang dimana dilakukan peneliti melalui aktivitas tanya jawab secara formal dan informal dengan narasumber terkait untuk memperoleh data, yang selanjutnya akan dipaparkan pada subbab Teknik pengumpulan data.

Penggunaan metode deskriptif kualitatif, bertujuan untuk dapat menggambarkan dengan jelas keadaan realitas objek secara sistematis,

¹³ Moleong,lexy J. (2012). Metodologi penelitian Kualitatif. Edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal. 176

terstruktur, akurat dan factual sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Penelitian ini juga dilakukan peneliti secara intensif, dimana peneliti turut berpartisipasi di lapangan, mengalami kendala apa yang dialami subjek dan mencatat secara detail mengenai apa yang terjadi dengan membuat catatan lapangan yang dibuat secara sistematis, kemudian dianalisis dengan berbagai dokumen atau arsip resmi yang ditemukan di lapangan, kemudian akan di paparkan dengan laporan peneliti secara menyeluruh.¹⁴

1.7.3 Subyek Penelitian

Subjek penelitian di definisikan sebagai informan, yang diartikan sebagai orang yang turut terlibat dan berkaitan dengan latar penelitian yang dimanfaatkan untuk dapat memberikan informasi terkait suatu situasi dan kondisi pada penelitian.¹⁵ Subjek penelitian merupakan sasaran yang ditetapkan peneliti untuk diamati dan dipelajari pandangan, persepsi dan perilaku, untuk dapat di gambarkan sesuai dengan situasi dan kondisi yang diteliti. Subjek penelitian juga didefinisikan sebagai orang yang diamati dan atau diwawancarai untuk menjadi sumber data utama.¹⁶ Dengan begitu dapat disimpulkan penelitian ini mendefinisikan subjek sebagai informan, yang dimana informan merupakan orang yang mengetahui mengenai objek penelitian dan orang yang dapat dipercaya atau terlibat langsung dengan

¹⁴ Moleong,lexy J. (2012). Metodologi penelitian Kualitatif. Edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal. 164-165

¹⁵ *Ibid*, hal. 132

¹⁶*Ibid*, hal. 157

realitas yang diteliti, guna memberikan informasi yang valid dan akurat sebagai sumber data utama.

Berdasarkan beberapa definisi mengenai subjek penelitian, peneliti mendefinisikan subjek pada penelitian ini adalah orang atau kelompok organisasi yang dijadikan sasaran peneliti untuk diamati tindakanya serta menjadi informan yang memberikan informasi terkait peristiwa yang diteliti atau fokus penelitian. Dengan begitu pihak yang menjadi subjek dalam penelitian ini berjumlah tiga informan yang dimana mereka adalah anggota organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek khususnya bidang pemasaran sebagai pelaksana kegiatan promosi pariwisata di destinasi wisata Kabupaten Trenggalek dalam hal ini dapat di paparkan Kepala Dinas Pariwisata, Kepala Bidang Pemasaran, Seksi Pendataan dan Pengembangan Pasar. Pemilihan Informan tersebut karena mereka ikut berperan langsung dalam kegiatan pada strategi promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini sumber data digunakan meliputi, :

1. Sumber data primer, data primer merupakan data utama yang diperoleh melalui pengamatan langsung dengan Teknik pengamatan berperan serta dan aktivitas wawancara formal dan informal yang dilakukan

secara langsung dengan subjek utama dalam penelitian,¹⁷ meliputi Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek, Kepala Bidang Pemasaran, Kasi Sarana Promosi dan Informasi dan Kasi Pendataan dan pengembangan Pasar Pariwisata dan pemilik usaha pariwisata . Serta pengamatan langsung di lapangan yang menjadi subjek pengamatan adalah orang yang bekerja sama dalam kegiatan promosi (agent revel, tv local mauapun nasional, radio, dan lain sebagainya).

2. Sumber data Sekunder, data sekunder merupakan sumber data kedua sebagai bahan pendukung untuk memudahkan dalam analisis data penelitian¹⁸, seperti literasi, dokumen resmi kegiatan promosi yang sudah dilakukan melalui berbagai media, materi promosi dari Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek, dan analisis sumber data jumlah kunjungan wisatawan di berbagai destinasi yang dikelola Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.

Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data dan informasi di lapangan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik pengamatan di lapangan dan wawancara. Teknik pengamatan dilakukan dengan cara mengamati fenomena di lapangan melalui indera peneliti yang dilanjutkan dengan membuat catatan

¹⁷ Moleong,lexy J. (2012). Metodologi penelitian Kualitatif. Edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal. 157

¹⁸ *Ibid.* hal. 159

dilapangan. Catatan lapangan dapat didefinisikan sebagai catatan yang dibuat oleh peneliti sewaktu melakukan pengamatan atau menyaksikan suatu kejadian pada latar penelitian. Catatan lapangan yang dibuat berisi kata-kata kunci, singkatan atau pokok utama saja.¹⁹ Pengamatan merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti melihat melihat serta mengamati dengan indera yang kemudian dilanjutkan dengan mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya.²⁰ Dalam melakukan pengamatan ini peneliti melihat, mendengar dengan menggunakan indera yang kemudia ditulis dicatatan lapangan secara objektif.

Penelitian ini juga menggunakan teknik pengamatan berperan serta dimana peneliti berperan serta dalam aktivitas harian yang dilakukan oleh subjek pada suatu situasi dengan latar fenomena yang sedang diteliti. Dalam artian peneliti tidak berperan serta pada seluruh latar peristiwa, namun hanya pada latar-latar peristiwa yang menjadi lingkup dari kasus-kasus secara spesifik.²¹ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, pengamatan berperan serta merupakan suatu kegiatan mengamati realitas empirik dimana peneliti akan turut ambil dalam kehidupan, turut merasakan, serta turut mengalami apa yang dialami subjek yang diteliti. Maka dalam penelitian ini peneliti melibatkan diri dalam kegiatan promosi pariwisata

¹⁹ Moleong,lexy J. (2012). Metodologi penelitian Kualitatif. Edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal. 144

²⁰*Ibid.* hal. 174

²¹*Ibid.* hal. 164

guna meningkatkan kunjungan wisatawan pada masa pandemik COVID-19, peneliti bertindak langsung sebagai bagian dari pemikiran ide-ide promosi serta pembuat atau pendesain ide-ide promosi yang sudah direncanakan. Dalam kegiatan ini peneliti mencatat poin-poin penting dalam kegiatan yang dilakukan pada saat penelitian, yang dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek. Menurut Buford Junker, pada penelitian ini peneliti berperan serta secara lengkap, terkait pengamatan dalam hal ini peneliti menjadi anggota penuh dari kelompok yang diamati,²² terkait hal ini adalah Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek dimana peneliti menjadi bagian dari anggota penyelenggara kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan pada masa pandemi COVID-19, maka peneliti mendapat informasi yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

Penelitian ini juga menggunakan metode wawancara dalam proses pengumpulan data, wawancara merupakan suatu komunikasi langsung yang dilakukan antara peneliti dengan narasumber penelitian. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data pada penelitian ini dan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga digunakan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal yang lebih mendalam mengenai penelitiannya.

Menurut Esterberg pengertian wawancara sebagai berikut:

²² Moleong,lexy J. (2012). Metodologi penelitian Kualitatif. Edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal. 176

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.²³

Pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara tidak berstruktur, wawancara tidak berstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.²⁴ Namun penelitian ini melakukan upaya untuk mendapatkan data yang akurat dan relevan yang tinggi, menggunakan pedoman berupa garis-garis besar permasalahan yang ditanyakan. Peneliti melakukan wawancara secara formal dan informal. Wawancara formal merupakan sebuah prosedur tanya jawab untuk mengali informasi dari narasumber atau informan dengan situasi dimana peneliti Menyusun serta menetapkan daftar pertanyaan yang akan diajukan dengan urutan yang telah ditetapkan dan peneliti sebagai pewawancara. Sedangkan wawancara informal merupakan sebuah tanya jawab dimana posisi peneliti sebagai pewawancara tidak melakukan persiapan atau Menyusun pertanyaan serta tidak menanyakan pertanyaan sesuai dengan urutan kegiatan tersebut terjadi secara spontanitas saat mengajukan pertanyaan. Dengan begitu wawancara yang terjadi terkesan biasa saja seperti mengadakan perbincangan sehari-hari.²⁵

²³ Prof. Dr. Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D. cetakan ke 28. Bandung : CV Alfabeta. Hal.231

²⁴*Ibid.* Hal.233

²⁵ Moleong,lexy J. (2012). Metodologi penelitian Kualitatif. Edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal. 187

1.9 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yaitu deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini, nantinya peneliti akan melakukan prosedur pengorganisasian data, memilah, mensintesisikan, mengkatagorikan data sehingga memiliki makna untuk dapat menemukan apa yang penting dan dapat ditarik kesimpulan dalam Bahasa yang sederhana dan jelas sehingga mudah dipahami oleh pembaca.²⁶ Peneliti akan menggunakan catatan lapangan, dokumen hasil wawancara sebagai data utama kemudian dokumen resmi sebagai pendukung, untuk dapat mencari dan menemukan pola dan hubungan yang kemudian akan dilakukan penafsiran data sesuai dengan konteks permasalahan yang sedang diteliti untuk menggambarkan keadaan realitas objek secara sistematis, terstruktur, faktual dan akurat.²⁷

Dapat dipaparkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis data melalui proses reduksi data, penyajian data dan verification (kesimpulan), yang dijelaskan dengan rinci sebagai berikut :²⁸

1.9.1 *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh peneliti dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat dalam catatan lapangan secara teliti dan rinci. Seperti yang telah dikemukakan, semakin lama peneliti

²⁶Moleong,lexy J. (2012). Metodologi penelitian Kualitatif. Edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal. 248

²⁷*Ibid.* hal. 248

²⁸ Prof. Dr. Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. cetakan ke 28, Bandung : CV Alfabeta. Hal.237

dilapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit maka segera perlu dilakukan reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih pokok permasalahan, memfokuskan pada hal-hal yang penting, lalu dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi peneliti akan memberikan gambaran yang lebih jelas serta akan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari data lain bila diperlukan. Data yang akan peneliti dalam penelitian ini adalah rangkuman data pada catatan lapangan untuk memfokuskan pada kegiatan dan metode kerja hingga perilaku, kemudian memilah berdasarkan proses dan aktivitas promosi pariwisata pada kegiatan peningkatan kunjungan wisatawan pada masa pandemi COVID-19.²⁹

1.9.2 *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data menggunakan pendekatan induktif dimana pendekatan ini dimaksudkan untuk membantu pemahaman tentang makna dalam data yang rumit melalui proses pengembangan ikhtisar dari tema-tema yang muncul secara langsung dari point-point utama data mentah.³⁰ Pendekatan ini dilakukan dengan tujuan untuk menyederhanakan pemaparan data tanpa mengurangi isi

²⁹ Prof. Dr. Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. cetakan ke 28. Bandung : CV Alfabeta. Hal.247

³⁰ Moleong,lexy J. (2012). Metodologi penelitian Kualitatif. Edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal. 297-298

pokok dari tema penelitian. Dalam penelitian ini, untuk mempermudah dalam penyajian dan bentuk lingkup konsep dan hubungan secara teknis data diorganisir kedalam matriks analisis data yang disajikan dalam bentuk table, dan atau bagan model.³¹

1.9.3 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan sebuah proses penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti, yang akan dijelaskan menggunakan rakaian kata-kata yang sederhana, yang singkat dan padat yang akan mudah dipahami oleh pembaca. Peneliti dalam perumusan ini menganalisis suatu masalah yang ditemukan di lapangan dengan spesifik menggunakan teori-teori sesuai dengan literasi atau referensi yang di gunakan dalam kajian teori. Penarikan kesimpulan merupakan bagian tahap akhir dalam rangkain proses analisis data. Dapat diartikan kesimpulan pada penelitian ini, berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

³¹ Moleong,lexy J. (2012). Metodologi penelitian Kualitatif. Edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. hal. 294