

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan segala hal yang memiliki hubungan dengan kepariwisataan seperti pemanfaatan objek dan daya tarik beserta bisnis-bisnis yang berkaitan dengan daerah tersebut. Kepariwisataan adalah segala hal yang berkaitan dengan pengelolaan pariwisata, dan bisnis pariwisata merupakan aktivitas yang di tunjukan untuk menyediakan jasa wisata, mempersiapkan atau mengoperasikan objek dan daya tarik wisata mengoperasikan objek dan daya tarik wisata, mengoperasikan fasilitas wisata dan bisnis lain pada bidang ini.¹

Kota Yogyakarta merupakan ibu kota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu, Kota Yogyakarta juga sering disebut sebagai Kota Pelajar yang terkenal akan budayanya dan mempunyai beragam daya tarik wisata yang selalu mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung, hal tersebut merupakan potensi Kota Yogyakarta untuk di kunjungi para wisatawan local maupun mancanegara.

Kota Yogyakarta berada ditengah-tengah empat kabupaten lain yang termasuk dalam wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kota Yogyakarta memiliki luas wilayah 32,50 Km² meliputi 14 kecamatan yang terdiri dari 45 kelurahan. Objek daya tarik wisata di kota Yogyakarta cukup beragam seperti : kampung wisata, wisata museum, wisata sejarah dan budaya, wisata religi, wisata kuliner, wisata kota baru.

Obyek dan daya tarik wisata merupakan semua yang menjadi tujuan dari pariwisata. Kawasan wisata adalah kawasan dengan kawasan tertentu yang dibangun atau dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. Terdapat

¹ Ferni Fera Ch. Wolah, 2016, *PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KABUPATEN POSO*, jurnal acta diurna, Volume 5. No. 2.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/11722> Di akses pada tanggal 26 juli 2022 pukul 13:30 WIB,

96 destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta yang peneliti temukan sesuai data Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta yang meliputi :

- Kampung Wisata

Kampung wisata tahunan, kampung wisata dipowinatan, kampung wisata purbayan, kampung wisata prenggan, kampung wisata taman sari, kampung wisata kauman, kampung wisata kadipaten, kampung wisata pandean, kampung wisata becak maju, kampung wisata rejoyinangun, kampung wisata dewa bronto, kampung wisata pakualam, kampung wisata cokrodiningratan, kampung wisata warungboto, kampung wisata niti gedongkiwo, kampung wisata sayidan, kampung wisata sosromenduran. m

- Wisata Museum

Museum memorial jendral besar Soeharto, museum biologi UGM, museum benteng vredeburg, museum bahari yogyakarta, museum Dr Yap , museum sonobudoyo, museum sasana wiratama, museum gembira loka, museum sandi negara, museum kirti griya dewantara, museum puro pakualaman, museum de mata trick eye, museum dharma wiratama, museum sasmita loka, museum perjuangan yogyakarta , museum keratin yogyakarta, museum batik yogyakarta.

- Wisata Sejarah dan Budaya

Tugu Yogyakarta, tradisi topo bisu. masangin alun-alun kidul, panggung krapyak Yogyakarta, wisata kampung bregada kraton, grebeg sekaten, kraton Yogyakarta, monumen serangan umum satu maret, alun-alun lor Yogyakarta, loji Yogyakarta, pojok beteng Yogyakarta, gerbang plengkung Yogyakarta, istana air tamansari Yogyakarta, kawasan nol kilometer Yogyakarta, malioboro Yogyakarta, istana Negara, gedung agung Yogyakarta, watu gilang dan watu gandeng kotagede Yogyakarta, sasana hinggil dwi abad Yogyakarta.

- Wisata Religi
Masjid gede kauman, taman makam pahlawan, makam raja-raja kotagede, klenteng gondomanan, klenten poncowinatan.
- Wisata Kuliner
Bale raos restaurant, mie ayam tumini, gudeg pawon, pondok cabe, rujak es krim pakualaman, lotek lempuyangan, lotek dan gado gado bu Bagyo, lotek dan gado gado bu Ning, ayam goreng bu Tini, ayam goreng mbok Sabar, bakmi Pak Rebo, nasi goreng Pak Pele alun alun, gudeg wijilan, gudeg yu djum.
- Wisata Kota Baru
Rumah Sakit DKT. Dr. Soetarto, Rumah Sakit Bethesda, SMA Bopkri 1 Yogyakarta, Asrama Kompi Kotabaru, Gereja Katholik Santo Antonius Kotabaru, Gedung PT Asuransi Jiwasraya, SMP Negeri 1 Yogyakarta, Gereja Huria Kristen Batak Protestan, Rumah Tinggal Mr. Djody Gondokusumo, Gedung RRI Yogyakarta, Gedung Kantor Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, Kantor Notaris Ibu MF Jenny Setiawati Yogiarto, SH, Gedung Kolase Santo Ignatius, Gedung SMA Negeri 3, SDN Unggaran 1, SMP Negeri 5 Yogyakarta, Babon Aniem, Masjid Syuhada, Museum Sandi, Gedung Markas Komando Resort Militer 072 Pamungkas, RS Panti Rapih, RS Mata Dr. YAP, Jembatan Gondolayu, Jembatan Kewek, Museum Dharma Wiratama TNI AD.

Salah satu destinasi wisata yang banyak di kunjungi oleh para wisatawan adalah contohnya seperti Malioboro. Pada saat musim liburan seperti libur sekolah, Natal, Lebaran, Hari Raya Nasional, Tahun Baru, Kota Yogyakarta selalu dipadati oleh para wisatawan. Objek wisata Malioboro juga memiliki potensi yang dapat dilihat sebagai berikut:

- Atraksi wisata yang ada di obyek wisata Malioboro adalah Festival kesenian seperti pementasan seni budaya, Pentas Seni Reguler, tari jathilan, reog dan lainnya
- Malioboro yang letaknya sangat strategis yaitu di pusat kota Yogyakarta, sehingga obyek wisata ini mudah dijangkau, sarana yang diperlukan wisatawan mudah ditemukan, misalnya ada transportasi darat seperti bus, kereta api Pramex, sepeda motor. Ada transportasi udara seperti pesawat terbang dari kota masing-masing kemudian turun di bandara Adisucipto Jogja yang selanjutnya naik transportasi lokal untuk menuju Malioboro. Transportasi lokal disediakan bus Trans Jogja, angkuta, becak, andong untuk menuju ke Malioboro.
- Di obyek wisata Malioboro juga tersedia fasilitas-fasilitas seperti: penginapan, restoran, tempat hiburan, transportasi lokal, fasilitas perbankan, fasilitas kesehatan, tourist information center, Dispampar (polisi pariwisata), toilet umum, tempat parkir dan sebagainya. Beberapa hotel di kawasan Malioboro yaitu: Hotel Garuda, Hotel Istana Batik Yogyakarta di Jl. Pasar Kembang No. 29 Yogyakarta, Hotel Grage Yogyakarta di Jl. Sosrowijayan No. 242 Yogyakarta, hotel Melia Purosani, Hotel Ibis Malioboro, Hotel Mataram Yogyakarta, Hotel Grage Yogyakarta, dan FM Cafe & Resto di Jl. Sosrowijayan No. 10 Yogyakarta
- Di Malioboro aktifitas yang dapat dilakukan adalah belanja, belajar melukis, belajar membatik, memahat, bersepeda santai pada waktu pagi dan sore hari, aktifitas wisatawan beberapa diantaranya dapat dilakukan dengan cara membeli paket wisata. Selain itu, pengunjung yang datang biasanya hanya untuk bersantai menikmati pemandangan dan keramaian Malioboro.

Promosi adalah suatu kegiatan yang dimaksudkan untuk menawarkan produk atau jasa kepada calon konsumen/wisatawan yang menjadi target pasar. Kegiatan promosi adalah salah satu faktor terpenting dalam memperkenalkan pariwisata ke kota Yogyakarta. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, untuk memaksimalkan promosi pariwisata di Yogyakarta, menggunakan berbagai media promosi yang dirasa efektif, antara lain iklan, video promosi, poster, media sosial seperti Ig, Facebook, dll.

Selain itu, promosi juga bisa dilaksanakan melalui kerja sama dengan pihak lain seperti Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta yang bekerjasama dengan masyarakat di Kampung Warungboto dan sekitarnya dalam menyelenggarakan Event Festival Belanja dan Kuliner di XT. Square Warungboto yang merupakan festival ke-empat atau terakhir di tahun 2021². Untuk memperkenalkan objek wisata keseluruh dunia dan juga seluruh Indonesia perlu adanya promosi yang efektif, tanpa promosi yang efektif maka objek wisata tidak dapat dikenali, sebagai akibatnya taraf kunjungan wisatawan pasti rendah.

Dengan kondisi tersebut di atas, Pemerintah Kota (Pemkot) Yogyakarta menargetkan kunjungan wisatawan mencapai 1,4 juta pada tahun 2022, sebagaimana yang disampaikan kepala bidang pemasaran pariwisata, (Dispar) Yogyakarta Andrini Wirawati yang telah peneliti kutip dari portal berita Suara Merdeka.com, sebagai berikut:

Dalam dua tahun terakhir, mengingat kondisi pandemi Covid-19, target yang ditetapkan tidak pernah melampaui kisaran 1 juta pengunjung.

“Tahun 2022 target kami 1,4 juta wisatawan berkunjung ke Yogyakarta. Optimis bisa tercapai karena tahun ini ada 1,2 juta kunjungan dari target 1 juta,” (kata Kepala Bidang

² <https://pariwisata.jogjakota.go.id/detail/index/859> diakses pada tanggal 26 juli 2022 pukul 13:57 WIB

Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
(Andrini Wiramawati), Jumat (10/12/2021)³

Dengan sikap optimis Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta terhadap jumlah kunjungan wisatawan hingga 1,4 juta pada tahun 2022, peneliti ingin mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana Analisis komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam mempromosikan objek wisata pada tahun 2022.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang yang peneliti sampaikan di atas. Maka fokus peneliti dalam penelitian ini adalah bagaimana Analisis komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam mempromosikan Objek wisata di Tahun 2022 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam mempromosikan Objek wisata di Tahun 2022

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat:

- **Manfaat akademis**

Penelitian ini mencoba untuk mempersembahkan kontribusi berupa pemikiran refleksi dan pengetahuan empiris terhadap analisis komunikasi pemasaran khususnya terhadap promosi objek wisata di

³ <https://www.suaramerdeka.com/nasional/pr-042123723/pandemi-covid-19-yogyakarta-bidik-14-juta-wisatawan-di-tahun-2022?page=2> diakses pada tanggal 26 juli 2022 pukul 13:59 WIB

kota Yogyakarta, sehingga nantinya dapat didokumentasikan sebagai acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian sejenis

- **Manfaat praktis**

Dapat mengetahui secara langsung proses dan upaya Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam mempromosikan objek wisata di tahun 2022

Dapat diterapkan oleh penulis dalam menguji dan mengimplementasikan teori-teori Ilmu Komunikasi yang sudah dipelajari oleh peneliti selama dibangku kuliah.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma dulunya merupakan pembahasan mendasar tentang pengetahuan yang dimaksudkan untuk membantu dan mendukung suatu proses penelitian dalam studi yang mencari apa yang dikenal sebagai paparan data yang diteliti, serta adanya paradigma dalam perumusan subbagian yang terdiri dari kajian-kajian yang telah terstruktur dengan memberikan jawaban dari penelitian yang telah dipelajari dengan teori yang berbeda. Bagian dari paradigma terdiri dari kelompok-kelompok berbeda yang memiliki pandangan ilmiah tentang landasan teoritis dan berbagai jenis metode dan alat penilaian yang ditemukan di masing-masing paradigma yang ada dan yang digunakan saat ini.⁴

1.5.2 Paradigma Post-Positivisme

Dari sekian paradigma yang ada maka penulis menggunakan satu paradigma yang akan dipakai di penelitian ini. Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah paradigma postpositivisme. Paradigma penelitian post positivisme adalah paradigma untuk meneliti sebagian data dari kualitatif

⁴ y. Lubis, 2014, *filsafat ilmu: klasik hingga kontemporer*. (jakarta: pt raja grafindo persada,), hlm.165

deskriptif. Asumsi dasar yang menjadi inti paradigma penelitian post-positivisme adalah pengetahuan bersifat konjektural dan tidak berlandaskan apapun. Untuk itu, bukti yang dibangun dalam penelitian seringkali lemah dan tidak sempurna. Karena itu, banyak peneliti berujar bahwa mereka tidak dapat membuktikan hipotesisnya, bahkan tidak jarang mereka gagal untuk menyangkal hipotesisnya. Selanjutnya dalam paradigma post-positivisme pengetahuan dibentuk oleh data, bukti dan pertimbangan logis. Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan informasi dengan menggunakan instrumen pengukuran tertentu yang diisi oleh partisipan atau dengan melakukan observasi mendalam di lokasi penelitian.⁵

Paradigma Post-Positivisme merupakan lawan atau keterbalikan dari paradigma Postivisme, dalam paradigma post-positivisme adalah paradigma yang berfokus menghilangkan kekurangan yang ada pada paradigma positivisme dan metode yang digunakan yaitu dengan melakukan pengawasan tingkat tinggi kepada tujuan yang telah ditarget untuk dikupas dan diselidiki. Dengan menggunakan realitas sebagai dasar pandangan yang tidak bisa dipungkiri dan dibantah bahwa kebenaran yang ada akan dilihat benar oleh peneliti sebagai manusia dan bersertakan sistem yang memiliki banyak cara salah-satunya dengan cara experimental.⁶

Alasan peneliti menggunakan paradigma post-positivisme karena dalam post-positivisme selain meneliti empiri sensual juga mencakup apa yang ada dibalik empirik sensual tersebut (fenomena dan nomena). Fenomena tersebut berhubungan dengan Promosi objek wisata yang di lakukan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Peneliti bermaksud untuk menganalisis secara mendalam Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam mempromosikan objek wisata di tahun 2022.

⁵ John W. Creswell. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pengajar. Yogyakarta. 2010

⁶ Salim, Agus, 2006, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta, Tiara Wacana, Hlm. 40

1.5.3 Metode Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan metode deskriptif kualitatif dimana metode ini dilandasi pada suatu filsafat *postpositivisme* yang digunakan dalam penelitian pada keadaan suatu objek secara alami (eksperimen menjadi lawannya). Peneliti disini menjadi instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan beberapa informasi berupa data dengan konsep penggabungan, data ini menggunakan analisis yang sifatnya induktif/kualitatif, serta hasil dari penelitian dengan analisa ini memberikan makna yang general⁷.

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memperoleh jawaban yang bersifat deskriptif, teknis, eksplanatori, dan lebih rinci terhadap masalah-masalah yang perlu dikaji dengan memaksimalkan kajian individu, kelompok, atau peristiwa. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha mengumpulkan informasi yang konsisten dengan deskripsi kondisi, objek, atau fenomena sosial di mana penelitian itu dilakukan. Penelitian deskriptif kualitatif adalah alat penelitian dan hasilnya dicatat dalam bentuk lisan atau pertanyaan berdasarkan kebenaran suatu keadaan.

Peneliti menerapkan rancangan penelitian deskriptif kualitatif, yang menjadi alasan penerapan metode ini karena peneliti berusaha memberikan gambaran serta memberi penjelasan tentang Analisis komunikasi pemasaran dinas pariwisata dalam mempromosikan objek wisata.

1.5.4 Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini subjek penelitian yang peneliti wawancarai adalah:

1. Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata
2. Kelompok Substansi Promosi Pariwisata
3. Kelompok Substansi Pelayanan Informasi Pariwisata

⁷Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung, hlm.9.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

a) Data Primer

Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah suatu metode untuk menganalisis dan merekam perilaku secara sistematis dengan mengobservasi secara langsung perorangan atau berkelompok. Dengan menggunakan metode ini penulis dapat mengamati dan mengobservasi secara langsung apa yang terjadi di lapangan sehingga penulis dapat memiliki pandangan yang lebih luas terhadap masalah yang diteliti. Data diperoleh sebagai wawasan faktual berupa sikap, tindakan, percakapan, interaksi interpersonal dan lainnya.⁸

Wawancara

Wawancara merupakan metode yang paling banyak digunakan di berbagai kalangan dan secara umum metode ini dapat digunakan secara langsung tanpa daftar yang terperinci tetapi dapat digunakan secara resmi dan formal karena dasarnya metode ini menggunakan komunikasi tatap muka melalui pembicaraan dan hasil dari pembicaraan tersebut dianggap sebagai data dalam penelitian.⁹

b) Data Sekunder

Dokumentasi

Pengumpulan data dokumenter merupakan pengumpulan data yang di peroleh melalui dokumen.¹⁰ Data yang di peroleh dengan metode ini biasanya merupakan data sekunder, yang berisi surat-surat, catatan harian, laporan, dan gambar-gambar yang di ambil oleh kamera.¹¹

⁸ J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya* (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 110.

⁹ Suharsimi Arikuntano, 2006, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta), Hlm. 227.

¹⁰ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial, Edisi Kedua*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 69

¹¹ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif...*, hal. 125.

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data dari dokumen-dokumen seperti: Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, gambaran program wisata tahun 2022 dan lain-lain yang dapat mengisi data-data yang dibutuhkan. Dokumentasi tersebut nantinya akan digunakan untuk mengumpulkan data-data berupa foto dan video terkait kegiatan komunikasi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam rangka mempromosikan Program pariwisata Tahun 2022.

1,7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data model Miles dan Huberman. Analisis data model Miles dan Huberman dilakukan melalui tiga tahap, yaitu¹²

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih data dan memfokuskannya. yang berfokus pada data apa yang diambil dan kemudian dianalisis, data apa yang penting, dan data apa yang tidak perlu ketika memasuki ruang lingkup proses penelitian. Semua data yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dari Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dikumpulkan dan dirangkum. Kemudian disesuaikan dengan fokus penelitian. dan ketika semua proses penelitian telah selesai. akan disusun dalam jurnal penelitian akhir

2. Penyajian Data (Data Display)

Penyajian data/Data display merupakan suatu proses Menampilkan data yang telah didapatkan dari hasil penelitian lapangan untuk memperoleh suatu kesimpulan. Dalam penyajiannya, data dapat berupa data apa saja yang dikumpulkan, dan data tersebut disajikan secara akurat dengan menggunakan

¹² Miles dan Huberman di kutip dalam Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 334

berbagai bentuk, sehingga semua informasi yang disajikan dari metode kualitatif dipahami sebelum masuk dalam pengambilan keputusan akhir.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing and Verification)

Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman yang mengatakan bahwa tingkatan ini adalah cara akhir setelah menyelesaikan penelitian yang sudah diteliti. Catatan yang diperoleh dari berbagai sumber dan dari hasil observasi disimpulkan dan disesuaikan dengan fokus penelitian. Setelah data hasil penelitian ditampilkan dalam bentuk naratif dan dipelajari lebih dalam maka akan didapatkan suatu kesimpulan yang disesuaikan dengan fokus penelitian.

1.8 Kerangka Konsep

