

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Yogyakarta merupakan propinsi yang mempunyai banyak destinasi wisata yang memiliki kesan tersendiri bagi pengunjung atau wisatawan dari berbagai penjuru. Yogyakarta juga dikenal sebagai kota pelajar, kota wisata seperti wisata budaya, wisata alam wisata kreatif dan masih banyak lagi. Wisata Yogyakarta sudah dikenal disemua kalangan bahkan sampai ke mancanegara. Wisata Yogyakarta hampir tidak pernah sepi pengunjung baik sebelum pandemi hingga pasca pandemi. Hal tersebut dikarenakan Yogyakarta memiliki kesan tersendiri bagi wisatawan. Pariwisata di Yogyakarta berada langsung dibawah Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta yang mana mempunyai fungsi sebagai penyelenggara dalam memasarkan sektor pariwisata.

Dalam mengembangkan sektor pariwisata tentu saja menerapkan berbagai model potensi wisata yang ada di Yogyakarta. Dalam proses pengembangan wisata tidak lupa juga adanya pihak lain atau dengan kata lain sebagai *stakeholder* yang terlibat didalamnya seperti pemerintah dan lembaga non pemerintah, SDM, dana serta fasilitas pendukung. Tercapainya pengembangan wisata tersebut didukung dengan adanya pengelolaan, usaha yang terkoordinasi, dan juga masyarakat, pemerintah serta semua sektor yang memiliki peran atau kerjasama dengan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Faktor SDM, anggaran dan fasilitas sangat berpengaruh terhadap berhasil dan tidaknya suatu obyek wisata terkenal seperti yang ada di Jogja. Maka dari itu kerjasama *stakeholder* sangat perlu sekali dalam upaya promosi kembali wisata Jogja pasca pandemi Covid-19.

Berkembangnya suatu wisata daerah terlebih khusus yang ada di Yogyakarta sangat dibutuhkan kerjasama serta kontribusi dari berbagai pihak yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata. *Stakeholder* mempunyai makna sebagai individu, atau sekelompok organisasi yang mempunyai kepentingan, terlibat dalam aktivitas serta program-program yang dibangun. Setiap *stakeholder* mempunyai perannya masing-masing dalam upaya mempromosikan wisata yang ada dalam daerah tersebut agar tercapai dengan baik.<sup>1</sup>

Adanya hubungan kerjasama dengan *stakeholder* secara tidak langsung dapat melancarkan kembali peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jogja pasca

---

<sup>1</sup> Budimanta., et al. (2008). Corporate Social Responsibility alternatif bagi pembangunan Indonesia. Cetakan kedua. Jakarta: ICSD.

pandemi. Kerjasama dibangun baik antara masyarakat dengan pemerintah ataupun sebaliknya dan juga melibatkan pihak swasta di dalamnya. *Stakeholder* berperan dalam pembangunan pariwisata serta memiliki tugas sebagai pembuat dan perencanaan yang teratur misalnya sebagai pemerintah tentu saja menyiapkan serta menyediakan infrastruktur sebagai pendukung kegiatan wisata, peningkatan akan kualitas SDM yang mumpuni. Dan pihak swasta berperan sebagai pihak yang menyediakan sarana pendukung pariwisata lainnya. Dalam dunia pariwisata sangat dibutuhkan sarana pendukung seperti restoran, biro perjalanan, akomodasi, hotel dan lain sebagainya. Dan masyarakat berperan dalam hal menciptakan suasana nyaman, ikut serta dalam memiliki tempat sebagai mata pencaharian yang akan menjadikannya sebagai wadah usaha masyarakat.

Namun sektor wisata baik dunia maupun dalam negeri sekalipun mengalami penurunan yang sangat drastis dengan adanya pandemi Covid-19 yang melanda. Kerugian yang dialami oleh industri pariwisata Yogyakarta yaitu sebesar 10 triliun dalam kurun waktu satu tahun yang mana karena pandemi ini. Terdapat beberapa jenis usaha pariwisata yang tutup sementara dan tutup permanen terlebih khusus UMKM. Tidak hanya sampai disitu saja, perusahaan bus pariwisata juga mengalami penurunan bahkan kerugian selama pandemi mencapai 500-600 miliar berdasarkan sumber data dari Kompas.<sup>2</sup>

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta sudah melaksanakan semua kegiatan guna menghidupkan kembali wisata Yogyakarta dengan kolaborasi dan keterlibatan para pemangku kepentingan terutama pelaku wisata. Agar tercapainya tujuan dalam meningkatkan wisatawan maka Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dan Stakeholder menggunakan media sebagai alat promosi dan juga secara manual dengan penyesuaian kondisi pandemi Covid-19 yang terjadi dari bulan Januari sampai dengan Agustus yang terbagi menjadi dua gelombang dan menerapkan buka tutup destinasi wisata. Untuk jasa usaha pariwisata lainnya tetap berjalan namun harus menerapkan protokol kesehatan. Data kajian Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta sampai dengan Desember 2021 menyebutkan bahwa sasaran capaian indikator dibagi atas dua yaitu indikator rata-rata belanja wisatawan telah memenuhi target dengan realisasi sebesar

---

<sup>2</sup> <https://travel.kompas.com/read/2021/08/04/123500027/industri-pariwisata-di-jogja-rugi-rp-10-triliun-selama-pandemi?page=all>

138,47%, dan capaian indikator lama tinggal wisatawan dengan target tahun 2021 (*Length of Stay*) yaitu 1,5 hari terealisasi selama 1,52 hari atau sebesar 101,33%.<sup>3</sup>

Walaupun dalam kondisi pandemi Covid-19 Dinas Pariwisata terus melakukan promosi wisata yang mana melibatkan 100 *buyer* yang merupakan pelaku jasa wisata yang berasal dari pulau Jawa. Salah satu contohnya adalah diselenggarakan Jogja Vaganza yang keempat agar promosi dapat lebih optimal lagi. Tidak lupa juga menerapkan protokol kesehatan. Kegiatan Jogja Vaganza dilakukan untuk peningkatan promosi wisata khususnya pasar domestik yang mana menjadi jalur utama para wisatawan seperti Malioboro, Keraton dan daerah sekitaran. Kemudian promosi wisata lain dilakukan oleh hotel-hotel, biro perjalanan wisata, dan tempat pusat oleh-oleh khas Jogja.<sup>4</sup>

Pemerintah juga selalu mengupayakan untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19 melalui berbagai cara seperti pembatasan jumlah wisatawan. Hal tersebut bisa dilihat dari berkurangnya jumlah wisatawan dari mancanegara sejak tahun 2019. Disamping itu juga pemerintah menerapkan pemberlakuan PSBB yang berjalan dengan waktu yang cukup lama yang kemudian di ubah menjadi *new normal*. Pada masa *new normal* setidaknya ada beberapa aturan yang tidak mengikat dimana pariwisata dibuka untuk umum namun tetap mematuhi protokol kesehatan yang ditetapkan. Adanya protokol kesehatan bertujuan untuk membantu agar masyarakat tetap menjaga kondisi kesehatan satu sama lain salah satunya dengan memakai masker. Hingga saat ini kondisi pariwisata di Indonesia sebenarnya masih belum dikatakan stabil sejak adanya pandemi tersebut.

Berkaitan dengan latar belakang diatas, maka penulis ingin mengkaji lebih dalam lagi dan melakukan penelitian yang berjudul “*Stakeholder Relations* Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta Dalam Upaya Peningkatan Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu bagaimana *Stakeholder Relations* Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam upaya peningkatan wisatawan pasca pandemi Covid-19?

---

<sup>3</sup> <https://pariwisata.jogjakota.go.id/resources/download/laporan-kinerja-perangkat-daerah-tahun-2021-106.pdf>

<sup>4</sup> <https://yogya.inews.id/berita/masih-pandemi-yogyakarta-tetap-gelar-promosi-wisata-jogja-vaganza/2>

### 1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana *Stakeholder Relations* Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam upaya peningkatan wisatawan pasca pandemi Covid-19.

### 1.4 Manfaat Penelitian

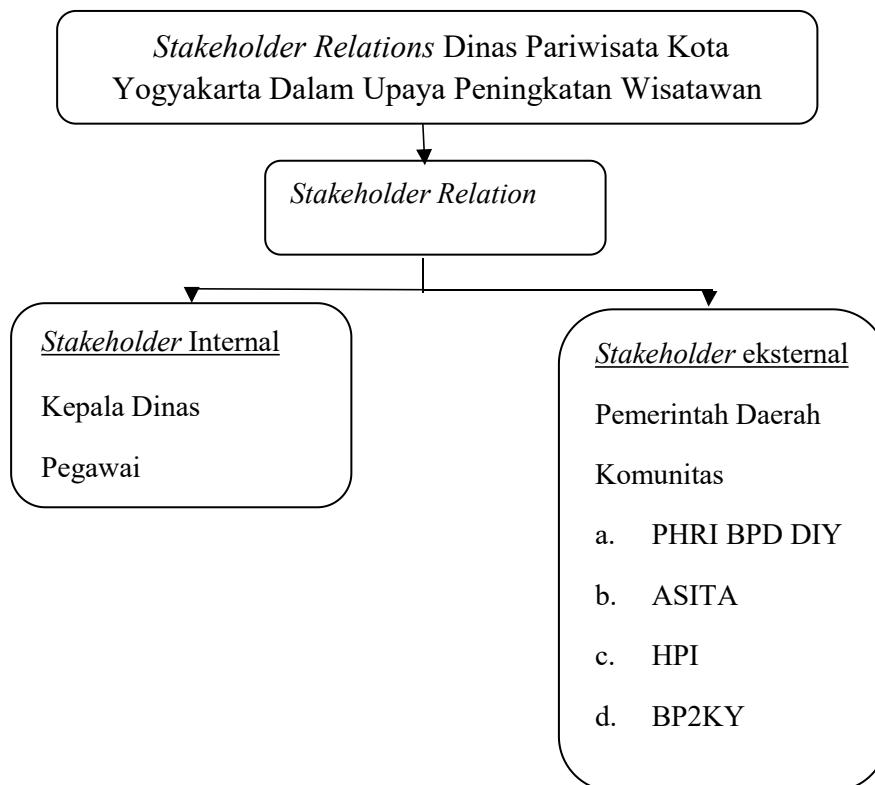
#### 1. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi khususnya *stakeholder relations* tentang pariwisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta serta menambah wawasan yang berkaitan dengan upaya peningkatan wisatawan yang dilakukan oleh lembaga pemerintahan pasca pandemi Covid-19.

#### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan berbagai saran dan masukan sebagai bahan pertimbangan terkait *stakeholder relations* Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam upaya peningkatan wisatawan pasca pandemi Covid-19.

### 1.5 Kerangka Konsep



Gambar 1.1 Kerangka Teoritik

Kerjasama *stakeholder* Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta terkait dengan upaya melakukan peningkatan wisatawan setelah pandemi ini sangat beragam, dimana

pemerintah selaku pemberi fasilitas serta masyarakat dan *stakeholder* lainnya sebagai pihak yang ikut serta dalam melakukan peningkatan wisatawan di Yogyakarta.

Dengan adanya penyebaran virus Covid-19 yang bermula sejak awal tahun 2020 sangat berpengaruh buruk bagi seluruh manusia dalam melakukan aktivitas. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya penurunan yang signifikan dalam berbagai bidang salah satunya yaitu bidang pariwisata yang mana terjadi pembatasan sosial untuk masyarakat agar bisa mencegahnya virus Covid-19 tersebar lebih banyak lagi. Yogyakarta juga menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan juga penerapan protokol kesehatan yang ketat. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta adalah suatu lembaga pemerintahan yang bertugas sebagai pengelola dalam bidang pariwisata yang terdapat di wilayah Yogyakarta.

a. *Stakeholder relation*

*Stakeholder* memiliki fungsi dalam mengelola obyek wisata terlebih khusus obyek wisata di Yogyakarta. *Stakeholder* yang dimaksud adalah pihak yang ikut mengelola wisata seperti pemerintah dan masyarakat atau badan pengelola wisata lainnya. Jika *stakeholder* dalam pelaksanaan kegiatan promosi wisatanya dilakukan dengan baik maka dapat dilihat dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan yang datang.

b. *Stakeholder Internal*

Didalam sebuah organisasi atau lembaga pemerintahan terdapat juga yang disebut *stakeholder* internal. *Stakeholder* internal adalah pemangku kepentingan yang memiliki pengaruh yang sangat besar. *Stakeholder* internal memiliki relasi dengan kepemilikan dan juga sebagai penggerak fungsi dalam perusahaan itu sendiri. Yang termasuk dalam *stakeholder* internal yaitu pemilik bisnis dan juga karyawan.

c. *Stakeholder Eksternal*

Posisi *stakeholder* eksternal berada diluar dari organisasi atau lembaga pemerintahan. Dan *stakeholder* eksternal juga tidak mempunyai relasi dengan kepemilikan atau pun juga dengan pekerjaan yang ada dalam organisasi tersebut. *Stakeholder* eksternal merupakan pihak yang mempunyai kepentingan dalam perusahaan atau organisasi selain pemegang saham dan karyawan. Sama halnya dengan *stakeholder internal*, mereka juga dapat memberikan dampak bagi organisasi. Disaat yang bersamaan, mereka juga

dipengaruhi oleh keputusan dan tindakan perusahaan, dan biasanya disebut dengan pemangku kepentingan eksternal.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Jenis Penelitian**

Penulis melakukan penelitian ini dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yang mana memberikan gambaran serta penjelasan secara detail terkait *stakeholder relations* Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam upaya peningkatan wisatawan pasca pandemi Covid-19.

### **1.6.2 Subyek Penelitian**

Subyek pada penelitian ini adalah Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta beserta *stakeholder* yang terlibat didalamnya.

### **1.6.3 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini terdapat sumber data yang merupakan hal yang sangat penting, hal tersebut dikarenakan sumber data akan berkaitan dengan kualitas dari hasil penelitian. Maka dari itu, yang menjadi bahan pertimbangan dalam sumber data tersebut adalah menentukan metode apa yang akan digunakan dalam mengumpulkan data. Adapun sumber data terdiri atas :<sup>5</sup>

#### **1. Data primer**

Yang dimaksud dengan data primer yaitu data yang ditemukan secara langsung oleh peneliti yang berasal dari subyek penelitian. Dalam melakukan pengumpulan serta mendapatkan data dan informasi, peneliti biasanya menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Pengumpulan data primer adalah bagian internal dari sebuah proses penelitian yang biasanya diperlukan dengan tujuan sebagai pengambilan keputusan. Data primer di katakan lebih akurat, sebab penyajian data primer dilakukan secara jelas dan terperinci.<sup>6</sup>

Dalam penelitian ini jawaban data primer diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Krismono Adjie sebagai Analis Kebijakan Ahli Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, Bapak Bagus Dwi Prasetya sebagai TT Pengelola Teknologi Informasi dan juga Ibu Wikan sebagai Wakil Sekretaris PHRI BPD DIY.

---

<sup>5</sup> Purhantara, Wahyu, Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

<sup>6</sup> Indriantoro dan Supomo. 2010. Metode Penelitian. Jakarta : PT. Gramedia.

## 2. Data sekunder

Yang dimaksud dengan data sekunder yaitu data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk. Pada umumnya sumber data sekunder lebih dominan sebagai data statistik atau data yang telah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan dalam statistik yang mana terdapat pada kantor-kantor pemerintahan, perusahaan swasta atau badan lain yang memiliki hubungan erat dengan penggunaan data.<sup>7</sup>

Data sekunder biasanya berbentuk sebuah bukti, catatan atau laporan historis yang disusun rapih dalam sebuah arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan ada yang tidak di publikasikan. Sumber data sekunder berasal dari event yang diselenggarakan oleh PHRI DIY dan Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, serta data yang diambil dari media informasi seperti berita terkait pariwisata Yogyakarta pasca pandemi Covid-19.

### 1.6.4 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini analisis data dilakukan saat berlangsungnya pengumpulan data dan pengumpulan data diselesaikan dalam kurun waktu tertentu. Ketika wawancara, analisis terhadap jawaban wawancara telah dilakukan oleh peneliti. Apabila jawaban dari yang diwawancarai setelah dianalisis masih belum sesuai, maka selanjutnya peneliti akan mengajukan pertanyaan kembali hingga tahap tertentu sampai data yang diperoleh dianggap kredibel. Meils dan Humberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif, dan berlangsung secara terus menerus sampai selesai, sehingga datanya sudah jenuh. Tahap analisis data model Meils and Humberman yaitu :

- a. Reduksi data, adalah tahap dimana semua proses yang dilakukan mulai dari merangkum, memilih poin-poin pokok dan penting, memfokuskan tema dan pola sesuai dengan penelitian mengenai *stakeholder relations* Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam upaya peningkatan wisatawan pasca pandemi Covid-19.
- b. Penyajian data, data yang sudah terkumpul di lapangan kemudian di uraikan secara singkat dan disajikan dalam bentuk narasi hasil penelitian dan pembahasan yang penulis lakukan berdasarkan kelompok-kelompok atau kategori yang dibutuhkan.
- c. Penarikan kesimpulan, adalah tahap dimana akhir dari analisis data yang didapatkan di lapangan. Penarikan kesimpulan dilakukan agar data-data

---

<sup>7</sup> Daniel, Moehar .2002. Metode Penelitian Sosial Ekonomi. Jakarta : Bumi Aksara

terverifikasi serta menanyakan kembali tentang *stakeholder relations* Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam upaya peningkatan wisatawan pasca pandemi Covid-19 dengan mengoreksi kembali catatan hasil penelitian yang diambil pada saat data dikumpulkan.