

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi informasi sudah menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting, seluruh kegiatan yang kita lakukan memerlukan informasi yang cepat dan akurat sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang tepat sasaran. Globalisasi serta teknologi juga mendukung kemudahan orang untuk melakukan perjalanan, maka terdapat peluang yang sangat besar bagi pertumbuhan industri pariwisata. Inilah yang menyebabkan industri pariwisata tetap dapat menjadi sektor yang menjanjikan di masa yang akan datang, meskipun industri pariwisata rentan terhadap berbagai isu, terutama isu politik dan keamanan. Selain itu, industri pariwisata dapat menghasilkan pendapatan yang sangat besar, baik bagi Pemerintah Pusat dan Daerah maupun penduduk setempat.¹

Sektor pariwisata adalah satu sektor yang sangat berperan dalam penerimaan devisa negara kita. Informasi akan pariwisata indonesia merupakan salah satu aspek yang berpengaruh dalam promosi pariwisata negara kita. Kemudahan dalam pencarian informasi pariwisata suatu daerah merupakan faktor yang dominan dalam menentukan jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut.

Pengembangan dan pembangunan sektor pariwisata merupakan salah satu sektor atau program andalan bagi pemerintah daerah karena sektor ini memiliki prospek dan peranan yang sangat strategis dalam rangka menunjang keberhasilan

¹ Jurnal.uui. ac. Id/JEP/articel.view/224 diakses pada tanggal 10 mei 2018

pembangunan di daerah yang merupakan ujung tombak pelaksanaan pembangunan nasional.

Pariwisata merupakan salah satu cara untuk mengenalkan kota Yogyakarta kepada masyarakat umum baik nasional maupun internasional. Yogyakarta terkenal juga sebagai kota yang memiliki peninggalan budaya yang sangat tinggi dan memiliki beberapa tempat yang menjadi daya tarik wisata, diantaranya adalah Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat yang merupakan istana resmi kesultanan ngayogyakarta hadiningrat yang berfungsi sebagai tempat tinggal sultan dan rumah tangga istananya yang masih menjalankan tradisi kesultanan hingga saat ini. Selain itu juga Yogyakarta memiliki potensi pariwisata alam yang cukup baik.²

Pariwisata pun salah satu bidang yang dapat menambah pendapatan daerah. Berkembangnya pariwisata di suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat, yakni secara ekonomis, sosial dan budaya. Internet merupakan salah satu media yang saat ini banyak digunakan dalam menyampaikan informasi sarana pribadi dalam bentuk aplikasi yang kita kenal juga dengan nama website. Adanya internet memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan antar sesama dan tidak harus menatap muka untuk memberikan suatu informasi tentang apa yang kita cari.

Internet memungkinkan hampir semua orang di belahan dunia mana pun untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Internet mengubah komunikasi dengan beberapa cara fundamental. Media massa tradisional pada dasarnya menawarkan model komunikasi: “banyak-untuk-satu”. Sedangkan internet memberikan model-model tambahan: “banyak-untuk-satu” (*e-mail* ke satu alamat

²Jurnal. UNS. ac. Id diakses pada tanggal 10 mei 2018

sentral, banyaknya pengguna yang berinteraksi dengan satu *website*) dan “banyak-untuk-banyak” (*e-mail*, milis, kelompok- kelompok baru).

Internet memberikan perangkat praktis untuk menjadi penerbit tingkat dunia, yang dengan sendirinya merupakan sebuah revolusioner. Ia juga memberikan kekuatan besar bagi anggota audien perorangan, yang dapat menemukan informasi-informasi yang sebelumnya tidak tersedia dan melakukan kontrol terhadap pesan-pesan yang akan terekspos padanya.

Penggunaan internet dalam praktik PR adalah suatu keniscayaan. Ketinggalan kereta jika PR tidak mengaplikasikan media ini. Apalagi ditengah kompetisi global semacam ini. Pemanfaatan internet (misalnya *website*), berarti menambah variasi media informasi publik. Variasi media berarti memungkinkan variasi kemasan pesan. Ini penting agar pola penyebaran informasi tidak monoton. Selain itu, PR memerhatikan perilaku dan kebutuhan publik dalam mengosumsi informasi. Ini berkaitan dengan perubahan konsumsi informasi yang membutuhkan kecepatan sumber.³

Penggunaan *layanan informasi* ini juga sesuai dengan prinsip komunikasi PR yang bersifat dua arah (*two ways communication*), seperti yang dikemukakan oleh Cutlip dan Allan Center⁴, bahwa PR merupakan upaya terencana guna memengaruhi opini publik melalui karakter yang baik dan kinerja yang bertanggung jawab, yang didasarkan pada komunikasi dua arah yang memuaskan dua belah pihak.

³Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relation Writing*. Kencana. Jakarta. Hal. 255.

⁴Cutlip, Scot M. Allen H, Center. Brom, Glen M. 2005. *Effective Public Relations (edisi 8)*. Pt Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta. Hal. 9

Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Efektivitas layanan informasi di Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta pada Tahun 2017 (Studi Kuantitatif Humas Dalam Memberikan Informasi Berbasis Web di Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Periode Januari – Desember 2017)

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah penulis sampaikan maka terbentuklah sebuah rumusan masalah yaitu **Bagaimana Efektivitas Layanan di Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta pada Tahun 2017?**

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sebagaimana efektivitas layanan informasi di Dinas Pariwisata Yogyakarta
2. Untuk mengetahui sebagaimana pengaruh efektivitas layanan informasi di Dinas Pariwisata Yogyakarta Istimewa Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya, dan dibidang *Public Relations* pada khususnya yaitu mengenai efektivitas dalam memberikan informasi kepada publik oleh humas di dinas pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

- a. Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai aplikasi ilmu yang diperoleh selama studi secara teori, serta sebagai suatu pelajaran dan pengalaman mengenai masalah penelitian yaitu mengenai strategi komunikasi public relations melalui website. Dengan adanya website ini sangat membantu layanan informasi yang diberikan oleh Dinas Pariwisata kepada publik yang membutuhkan informasi tentang Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Universitas

Penelitian ini berguna untuk mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta secara umum, dan mahasiswa program studi ilmu komunikasi secara khusus konsentrasi *Public Relations* serta sebagai literatur terutama untuk peneliti pada kajian yang sama.

c. Perusahaan atau Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan atau evaluasi khususnya tentang komunikasi humas dalam memberikan informasi. Dimana dalam memberikan layanan informasi harus dibantu dengan brosur atau dengan bentuk cetak lainnya, tidak hanya dengan website.

E. Kerangka Teori

1. Efektivitas

Pengertian Efektivitas adalah suatu kosa kata dalam Bahasa Indonesia yang berasal dari bahasa Inggris yaitu: “Effective” yang berarti berhasil ditaati, mengesahkan, mujarab dan mujur. Dari sederetan arti di atas, maka yang paling tepat adalah berhasil dengan baik.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektif mempunyai arti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Jadi, efektivitas adalah

keaktifan, daya guna, adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju. Efektivitas pada dasarnya menunjukkan pada taraf tercapainya hasil, sering atau senantiasa dikaitkan dengan pengertian efisien.

Menurut Sondang dalam Othenk, efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankannya.

Biasanya hasil dari efektivitas dapat dilihat setelah adanya reaksi dari komunikan atau pemirsa, jika suatu pesan itu dapat tanggapan ataupun dapat merubah komunikan maka efektivitas tersebut dapat dikatakan mempunyai dampak.

Agar informasi atau pesan dapat disampaikan secara efektif dan mudah diterima, maka perlu dilakukan komunikasi yang efektif pula, seperti:

- a. Kemampuan orang untuk menyampaikan informasi.
- b. Pilihan dengan seksama apa yang disampaikan oleh komunikator.
- c. Saluran komunikasi yang jelas dan langsung.
- d. Media yang memadai untuk menyampaikan pesan.
- e. Penentuan waktu dan penggunaan media yang tepat
- f. Tempat-tempat penyebaran yang memadai apabila diperlukan untuk memudahkan penyampaian pesan asli, tidak dikurangi, tidak diubah dan dalam arah yang tepat.
- g. Kemampuan dan kemauan penerima untuk menerima pesan.
- h. Penerimaan informasi dan penafsiran yang tepat.
- i. Penggunaan informasi yang efektif

j. Pemberitahuan kepada pengirim mengenai hasil tindakan /respon.⁵

Sedangkan efektivitas dalam kaitannya dengan PR, menurut Rosady Ruslan adalah keberhasilan praktisi PR dalam mencapai tujuan seraya untuk memuaskan segala pihak yang terkait.⁶

Mengukur efektivitas organisasi bukanlah suatu hal yang sangat sederhana, karena efektivitas dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan tergantung pada siapa yang menilai serta menginterpretasikannya. Bila dipandang dari sudut produktivitas, maka seorang manajer produksi memberikan pemahaman bahwa efektivitas berarti kualitas dan kuantitas (output) barang dan jasa.

Tingkat efektivitas juga dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah diwujudkan. Namun, jika usaha atau hasil pekerjaan dan tindakan yang dilakukan tidak tepat sehingga menyebabkan tujuan tidak tercapai atau sasaran yang diharapkan, maka hal itu dikatakan tidak efektif.

2. Layanan Informasi

Layanan informasi secara umum bersama dengan layanan orientasi bermaksud memberikan pemahaman kepada individu-individu yang berkepentingan tentang berbagai hal yang diperlukan untuk menjalani suatu tugas atau kegiatan, atau untuk menentukan arah suatu tujuan atau rencana yang dikehendaki.

Sementara itu menurut Prayitno menyatakan bahwa layanan informasi mencakup aneka usaha untuk membekali siswa dan mahasiswa dengan pengetahuan

⁵Moekijat. 1993. *Teori Komunikasi*. Mandar Maju. Bandung. Hal. 22.

⁶Ruslan, Rosadi. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasinya (edisi revisi)*. Raja Grafindo Persada. Jakarta. Hal. 39.

serta pemahaman tentang lingkungan hidupnya dan tentang proses perkembangan anak muda. Layanan pemberian informasi diadakan untuk membekali para siswa dengan pengetahuan tentang data dan fakta di bidang pendidikan sekolah, bidang pekerjaan dan bidang perkembangan pribadi sosial, supaya mereka dengan belajar tentang lingkungan hidupnya lebih mampu mengatur dan merencanakan kehidupannya sendiri.⁷

Layanan Informasi bisa menggunakan melalui media internet, melalui internet, dimungkinkan menjalin hubungan baik untuk mempertahankan dukungan publik. Di bawah ini adalah berbagai keuntungan yang dapat diperoleh dari penggunaan internet dalam kegiatan layanan informasi, antara lain:

- a. Komunikasi dengan biaya murah dan cepat sampai ke publik. Internet selain menyediakan informasi juga dapat digunakan sebagai sarana komunikasi.
- b. Sarana mendapatkan informasi kemajuan dunia. Internet menyediakan berbagai informasi perkembangan terakhir dari kemajuan teknologi, *medical*, militer dan lain-lain.
- c. Memelihara hubungan. Surat yang biasa dikirim lewat kantor pos, misalnya sering diistilahkan dengan surat siput.
- d. Membentuk kelompok diskusi atau bisnis bagi siapapun. Layanan informasi dapat melakukan kegiatan bertukar informasi dengan publiknya, menjalin hubungan dengan media (*press relations*)
- e. Sarana promosi. Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang tertentu dapat mengiklankan dan memberi informasi produknya lewat internet.
- f. Komunikasi internet dianggap efektif dalam praktisi layanan informasi, karena menciptakan hubungan *one to one*, daripada media massa lain yang

⁷ Prayitno, Amti Erman. 2004. *Layanan Informasi*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta. Hal. 259

bersifat *one to many*.⁸

Dan perusahaan pada saat ini harus bertransformasi menuju perusahaan modern dan memiliki aliran informasi digital. Teknologi informasi, khususnya jaringan komputer dan internet, dapat digunakan untuk meningkatkan dan memperlancar aliran informasi yang merupakan darah nadi kehidupan perusahaan.⁹

Penggunaan *website* di dalam dunia usaha sangat penting sekali, terutama dalam membina komunikasi dan hubungan yang baik kepada khalayak yang tersebar luas diberbagai daerah bahkan diberbagai Negara. Menurut Stoner semua fungsi manajerial sangat bergantung pada arus informasi yang tetap mengenai apa yang terjadi didalam dan di luar perusahaan.¹⁰ Hanya dengan informasi yang sangat berkualitas, pimpinan dapat memonitor kemajuan perusahaan menuju kearah sasaran yang tepat dan dapat mengubah rencana menjadi nyata.

F. Definisi Konsep

Dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua variabel yaitu variabel Independent (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen (bebas) (X) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (Independent variabel) yaitu Efektivitas (X)

Variabel bebas diartikan sebagai variable yang mempengaruhi variabel terikat.

⁸ Prayitno, Amti Erman. 2004. *Layanan Informasi*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Jakarta. Hal. 256

⁹ Dharma, Oetomo, Budi Sutedjo, dkk. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet, Konsep dan Aplikasi*. Cv.Andi. Yogyakarta. Hal. 13.

¹⁰ Dharma, Oetomo, Budi Sutedjo, dkk. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet, Konsep dan Aplikasi*. Cv.Andi. Yogyakarta. Hal.14

Pada penelitian ini variabel bebas adalah Efektivitas. Variabel yang dimaksud Efektivitas tentang informasi yang dijelaskan Public Relations di dinas Pariwisata Daerah Istimewah Yogyakarta yang meliputi beberapa aspek :

a. Aspek Peraturan dan Ketentuan

Efektifitas dalam suatu kegiatan dapat dianggap tercapai dengan melihat berfungsi atau tidaknya aturan yang telah dibuat dalam menjaga keberlangsungan proses kegiatan tersebut. Aturan ini berkaitan dengan aturan-aturan baik yang berhubungan dengan peserta didik maupun berhubungan dengan guru, jika aturan ini berjalan dengan baik maka aturan atau ketentuan tersebut telah berjalan dengan efektif.

b. Aspek fungsi atau tugas

Suatu perusahaan dapat dikatakan efektifitas jika melaksanakan tugas dan fungsinya dengan baik begitu juga dengan model pembelajaran akan mencapai efektifitas jika fungsi dan tugasnya berjalan dengan baik dan proses pembelajaran pada peserta didik berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang memuaskan.

c. Aspek Program atau Rencana

Yang dimaksud dalam aspek ini adalah rencana pembelajaran pada siswa yang terprogram dengan baik, jika seluruh rencana dapat dilaksanakan dengan baik maka akan dikatakan telah mencapai efektifitas.

d. Aspek Kondisi ideal atau Tujuan

Dalam aspek ini suatu program atau kegiatan dapat dikatakan mencapai efektifitas dilihat dari sudut hasil, apabila kondisi ideal atau tujuan dari suatu program atau kegiatan dapat dicapai dengan baik.

Penilaian pada aspek ini dapat kita lihat dari keberhasilan peserta didik dalam proses belajar mengajar.

Dari beberapa aspek tersebut bahwa variabel X memerlukan beberapa informasi yang baik dan jelas kepada pengunjung website tersebut yang di antaranya:

a. Isi informasi yang memiliki beberapa indikator:

1.) Relevan

Data yang ada hubungan langsung dengan persoalan yang sedang diteliti.¹¹

2.) Objektivitas

Objektivitas adalah suatu hal yang langka dan hendaknya tidak dikompromikan. Seorang auditor hendaknya tidak pernah menempatkan diri atau ditempatkan dalam posisi di mana objektivitas mereka dapat dipertanyakan. Menurut Desi Anhariyani, kode etik dan standar auditor internal telah menetapkan aturan-aturan tertentu yang harus diikuti agar terhindar dari kemungkinan pandangan akan kurangnya objektivitas atau munculnya bias. Pelanggaran atas aturan-aturan ini akan menyebabkan munculnya kritikan dan pertanyaan mengenai kurangnya objektivitas yang dimiliki oleh audit internal.

3.) Ketepatan.

Menurut Suharno, ketepatan adalah kemampuan seseorang untuk mengarahkan sesuatu gerak kesuatu serangan sesuai dengan tujuannya.

¹¹Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta.2015

- 4.) Kegunaan informasi memiliki indikator: Mudah untuk dipelajari, Efisien dalam pengguna, Mudah untuk diingat.

2. Variabel terikat (dependent variabel) yaitu Layanan Informasi (Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Layanan Informasi, Berikut beberapa faktor dari layanan informasi¹²:

- a) Kemudahan Pengguna: memudahkan Layanan informasi untuk pengguna website di dinas pariwisata
- b) Konten : adanya media cetak atau media elektronik untuk mempromosikan pariwisata yang berada di wilayah Yogyakarta
- c) Perilaku Pengguna : Pelayanan layanan informasi yang akan datang oleh pengguna website, interaksi jelas dan mudah dimengerti untuk layanan informasi di Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dari ketiga faktor tersebut peneliti menemukan bahwa ini dijadikan Variabel Y atau Variabel Independent.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional yang dilakukan peneliti adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati. Definisi operasional variabel menurut Sugiyono merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.¹³ Sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat

¹²Tohirin, Bimbingan dan Konseling di Sekolah dan Madrasah (Pekanbaru: Grafindo Persada, 2007), hal 152.

¹³Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Alfabeta. Bandung. Hal 78.

terhadap suatu objek atau fenomena. Dengan adanya definisi operasional ini bertujuan agar memberikan batasan variabel dengan penelitian.

Penelitian dapat diukur sesuai dengan parameter yang dipakai. Adapun untuk beberapa indikator berikut penjelasan per indikator dari variabel bebas:

1. Relevan

Ukuran ini dikenakan kepada sebuah kinerja PR di Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Kesesuaian ini ditetapkan sebagai ukuran kuantitatif yang tetap. Dalam teknik information retrieval cara penetapan ukuran kesesuaian ini seringkali linear (satu arah). Seseorang memasukkan pertanyaan (query) ke sebuah sistem, lalu sistem memberikan jawaban.

2. Objektivitas

Untuk memantapkan kerja seorang praktisi PR dalam iklim yang organik, dibutuhkan adanya *objective*. *objective* adalah titik spesifik yang hendak dituju. Belakangan ini perusahaan asing telah mampu menetapkan secara spesifik ke mana perusahaannya hendak di bawa. titik yang spesifik ini disebut *coorporate goals*. Ada dua macan *coorporates goals*, yakni:

a. Official Goals

Biasa disebut missions, yakni maksud perusahaan didirikan, disebut demikian karena isinya terlampau umum dan sangat ideal.

b. Operative goals

Merupakan penjabaran yang lebih realistis atas operasi perusahaan, ini biasanya lebih bersifat jangka pendek.

Objective Public Relations hendaknya memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

a. Harus dinyatakan secara Tertulis

b. Harus dinyatakan secara Jelas dan Singkat

- c. Harus spesifik pada batasan Tertentu
- d. Harus mencakup batasan waktu yang Spesifik
- e. Objective harus dapat dinyatakan dalam ukuran yang terukur
- f. Objective pr harus konsisten dengan objective perusahaan secara menyeluruh
- g. *Objective* harus dapat dijangkau

3. Ketepatan

Ketepatan adalah jumlah kelompok dokumen relevan dari total jumlah dokumen yang ditemukan oleh sistem. Ketepatan juga merupakan cara mengukur tingkat efektivitas sistem temu balik informasi. Untuk mengukur ketepatan itu sendiri dengan cara apakah mereka tepat untuk memberikan informasi yang disampaikan kepada pengguna system informasi tersebut.

4. Mudah untuk dipelajari

Seseorang dapat mempelajari semua aspek-aspek yang digunakan, dan pengguna system informasi harus se efektif mungkin mengguna media informasi yang diberikan.

5. Efisien dalam pengguna

Media informasi harus menyertakan informasi yang secara efisien kepada penggunanya supaya penggunanya dapat memahami dan dalam segi waktu juga akan lebih cepat dan efisien dalam mendapatkan informasi.

6. Mudah untuk diingat.

Media Informasi harus mudah diingat oleh pengguna website tersebut supaya semua informasi yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan jelas.

Adapun untuk beberapa indikator berikut penjelasan per indikator dari variable terikat:

a. Kemudahan Pengguna

Kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* adalah suatu perasaan pengguna, yaitu website dinas Pariwisata Yogyakarta , merupakan layanan informasi memudahkan masyarakat memantai pariwisata di Yogyakarta

b. Konten

Konten adalah suatu informasi yang disediakan oleh media cetak maupun elektronik, yaitu website dinas pariwisata Yogyakarta, layanan informasi yang digunakan untuk memberitahu kepada masyarakat.

c. Perilaku Pengguna

Perilaku Penggunaan adalah suatu perilaku nyata pengguna, yaitu website dinas pariwisata Yogyakarta, layanan informasi yang digunakan untuk menunjang kegiatan masyarakat.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hipotesis Nol: Tidak ada pengaruh *Efektivitas Layanan informasi* di Dinas Pariwisata Yogyakarta
- b. Hipotesis Kerja: Ada pengaruh *Efektivitas Layanan informasi* di Dinas Pariwisata Yogyakarta

I. Metode penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di kantor Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, yang beralamat Jl. Malioboro No.56, Suryatmajan, Danurejan, Kota

Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta penelitian dilaksanakan selama 1 bulan, dimulai dari Juni-Juli 2018.¹⁴

2. Jenis dan Sifat Penelitian

Pada penelitian ini penulis meneliti beberapa aspek seperti website Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, pengunjung website, dan aspek sikap pengunjung pada website tersebut. Untuk mendapatkan atau mengukur beberapa aspek tersebut tentunya dibutuhkan data-data dari responden penelitian. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei.

Dalam mengumpulkan datanya peneliti menggunakan kuesioner /angket. Pengumpulan data dengan kuesioner merupakan cara yang tepat untuk penelitian kuantitatif, kuesioner sendiri diartikan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹⁵ Penelitian korelatif merupakan jenis penelitian ini yang artinya sebab akibat. Penelitian ini tentunya melibatkan dua fenomena atau lebih dan tentunya melibatkan statistik.

3. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek

Subyek dalam penelitian ini ialah pihak humas Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dan para stakeholder yang berkepentingan didalamnya. Subyek penelitian ditentukan berdasarkan pada teknik key person, yakni peneliti sudah memahami informasi awal tentang objek penelitian maupun informan penelitian, sehingga ia membutuhkan *key person* untuk memulai melakukan

¹⁴www.visitingjogja.com di akses pada tanggal 8 Juni 2018

¹⁵Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta. Hal 80

wawancara atau observasi. Menurut Burhan Bungin, *key person* ini adalah tokoh formal atau tokoh informal.¹⁶

Tokoh formal itu sendiri adalah kepala bagian dan karyawan lainnya, serta tokoh informalnya adalah wartawan yang membutuhkan informasi mengenai Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan obyek penelitian ini adalah humas Dinas Pariwisata Yogyakarta dalam menjalankan media relations.

b. Objek

Objek adalah sifat keadaan (*attributes*) dari sesuatu benda, orang, atau keadaan, yang menjadi pusat perhatian atau sasaran penelitian. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah efektivitas layanan informasi Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

4. Data penelitian

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh langsung dari responden, responden disini yang dimaksudkan oleh peneliti adalah Pengguna Website
- b. Data sekunder adalah data yang penulis dapatkan dari Layanan Informasi di Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu, data sekunder juga mencakup data-data tambahan yang penulis dapatkan dari sumber lain seperti buku dan dari data internet yang turut mendukung penelitian.

5. Populasi, sampel responden dan teknik pengambilan sampel.

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

¹⁶Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana. Jakarta. Hal 77

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, jadi disini populasi maksudnya bukan hanya orang atau makhluk hidup akan tetapi juga benda atau makhluk alam. Tahap pertama dari sampling adalah menentukan populasi. Populasi adalah jumlah total dari seluruh unit dari mana sampel dipilih¹⁷. Penelitian ini dilakukan di Website Dinas Pariwisata Yogyakarta, dan populasi berjumlah 511.686 atau 512 orang.

b. Sampel penelitian

Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang memberikan data atau informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian, sampel juga dapat diartikan sebagai suatu subsek atau sebagian elemen yang dipilih dengan cara tertentu dari populasi¹⁸. Oleh karena itu, sampel harus dilihat sebagai suatu gambaran populasi dan bukan populasi itu sendiri. Melihat pernyataan diatas penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik acak sederhana (*simple random sampling*).

Teknik acak sederhana adalah teknik yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Dengan kesempatan yang sama ini, hasil dari suatu penelitian dapat digunakan untuk memprediksi populasi. Selain itu, teknik acak sederhana dipakai karena populasi penelitian bersifat homogen¹⁹. Rumus ukuran sampel menurut Siregar ditentukan berdasarkan pada pendapal Slovin dengan formula sebagai berikut:

¹⁷Ulber Silalahi, Metode Penelitian Sosial, Refika Aditama, Bandung, 2015, Hal 372.

¹⁸Ibid. Hal 374.

¹⁹Prasetyo Bambang, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta. Hal.123.

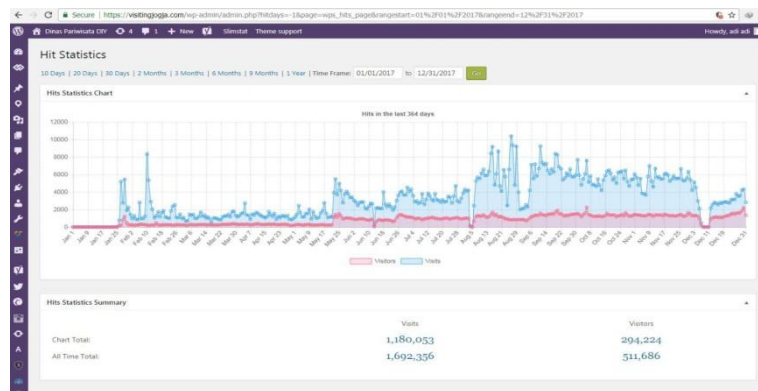
$$n = \frac{N}{(1 + N(e)^2)}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel.

N = Jumlah populasi.

e = Presentase tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah 10%.



Gambar 1 : Data Statistik Pengunjung Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

$$n = \frac{511,686}{(1 + 511,686(0.1)^2)}$$

$$n = \frac{511,686}{\{1 + 5.116,86(0.01)\}}$$

$$n = \frac{511,686}{5117,96}$$

n = 99,98 dibulatkan 100 Orang Responden

Responden yang akan diambil datanya dalam penelitian ini yaitu Pengguna Sistem Informasi Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Oleh karena itu, penentuan sampel dalam penelitian ini berdasarkan pada teori Suharsimi Arikunto,

apabila jumlah subjek lebih dari 200 orang maka dapat diambil adalah 10% ²⁰. Penulis menentukan sampel sebanyak 50% dari jumlah populasi. Hal ini juga menjadi dasar untuk melakukan penelitian terhadap *Public Relations* Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mengumpulkan data diantaranya :

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara peneliti dengan narasumber yang berhadapan langsung secara fisik guna memperoleh data-data yang berkaitan dengan kegiatan humas Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menjalankan media relations. Tipe yang digunakan dalam wawancara ini ialah dengan menggunakan *depth interview* (wawancara mendalam) dimana wawancara akan dilakukan dengan frekuensi tinggi secara intensif. Sementara itu narasumber yang akan diteliti adalah pihak-pihak yang berada dalam divisi kehumasan serta para pelaku media.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumen-dokumen yang dimaksud bisa berupa file-file berbentuk surat, agenda, catatan harian, profil lembaga dan lain sebagainya yang berkaitan dengan bidang kehumasan di Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

c. Observasi

²⁰Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineke Cipta. Jakarta.Hal.133.

Observasi merupakan kegiatan mengamati secara langsung mengenai sesuatu obyek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut. Disini pengamatan yang dilakukan peneliti ialah pengamatan tidak berstruktur artinya peneliti mengumpulkan data dan informasi seputar media relations yang dijalankan humas Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta tanpa melibatkan diri dalam kegiatan tersebut.

d. Angket penelitian

Metode ini digunakan dengan jumlah besar dan dapat mengungkapkan hal-hal yang sifatnya rahasia²¹. Angket adalah merupakan suatu daftar isi pertanyaan yang harus dijawab atau yang harus dikerjakan oleh responden. Metode yang digunakan penulis ialah kuesioner tertutup.

Kuesioner tertutup ialah dengan memberikan pertanyaan- pertanyaan langsung yang berbentuk dimana responden tinggal memilih jawaban-jawaban yang telah disediakan didalam kuesioner tersebut. Dengan metode angket ini penulis dapat mengetahui situasi dan kondisi di tempat penelitian. Penyusunan angket didasarkan atas sejumlah indikator penelitian yang dapat dilihat dibagian lampiran.

Pertama-tama ditentukan beberapa alternatif kategori respons atau satu seri item respons (*compiling possible scale item*) yang mengekspresikan luas jangkauan sikap responden²². Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yaitu dengan menggunakan skala *Likert*. Sugiyono, menyatakan bahwa skala *Likert* digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau

²¹Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung. 2006. Hal. 121.

²²Ulber Silalahi. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Refika Aditama. Bandung. Hal. 348.

sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial²³. Untuk meneliti Kinerja PR Dinas Pariwisata Yogyakarta (variabel terikat), maka jawaban dapat diberi skor sebagai berikut:

- i). Sangat setuju diberi skor 4
- ii). Setuju diberi skor 3
- iii). Tidak setuju diberi 2
- iv). Sangat tidak setuju diberi skor 1

Agar mendapatkan sebuah hasil penelitian yang memuaskan, peneliti menyusun rancangan kisi-kisi instrumen penelitian²⁴. Menyatakan bahwa kisi-kisi bertujuan untuk menunjukan keterkaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data atau teori yang diambil. Dalam penelitian ini setiap variabel yang ada akan diberikan penjelasan, selanjutnya menentukan indikator yang akan diukur, hingga menjadi item pernyataan, seperti terlihat pada tabel di bawah ini:

Variabel bebas	Indikator	Defisini Operasional	No item
Efektivitas (X)	1. Relevan	Semua informasi yang disampaikan untuk pengguna website cukup relevan	1
	2. Objektivitas	Informasi yang yang ditunjukan dijawab dengan obyektiv	2,3,4,5
	3. Ketepatan	Informasi yang disampaikan kepada pengguna website tepat pada sasaran	7
	4. Mudah Untuk dipelajari	Semua informasi yang disampaikan untuk pengguna website menggunakan kata- kata yang mudah di pelajari	8
	5. Informasi yang efisien	Pengguna website mendapat informasi yang efisensi dari PR Dinas Pariwisata	6,9

²³Sugiono, 2014.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.Bandung. Hal 134.

²⁴Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineke Cipta. Jakarta.Hal.162.

	6. Mudah untuk diingat	Informasi yang disampaikan mudah diingat dengan pengguna website	10
Layanan Informasi (Y)	1. Kemudahan Pengguna	Adanya use, interaksi, Flesksibel dan keinginan oleh pengguna website	11
	2. Konten	Update, akurat, populer, dan konten terintegrasi dalam membuat dan memasarkan pariwisata	12
	3. Perilaku Pengguna	Penggunaan layanan informasi yang akan datang oleh pengguna website, Interaksi jelas dan mudah dimengerti untuk layanan informasi	13,14

Tabel 1. Kisi-kisi koesioner variabel Efektivitas dan Variabel Layanan Informasi

7. Metode Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan keabsahan dari instrumen yang akan dipakai pada penelitian. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen²⁵. Pengertian validitas tersebut menunjukkan ketepatan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel. Alat ukur dapat dikatakan valid jika benar-benar sesuai dan menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur. Validitas juga menunjukkan sejauh mana ketepatan pernyataan dengan apa yang dinyatakan sesuai dengan koefisiensi validitas.

a. Uji Validitas:

²⁵Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineke Cipta. Jakarta. Hal162.

Penguji validitas ini penulis menggunakan alat ukur dalam penelitian terdiri dari uji validitas isi dan uji validitas internal. Uji validitas isi merupakan proses telaah dan revisi butir-butir item pernyataan pada skala yang merupakan alat ukur, yang digunakan berdasarkan pendapat profesional para ahli (*professional judgement*). Tenaga ahli yang memberikan pendapat profesional dalam penelitian ini adalah dosen pembimbing.

Uji validitas ini dilakukan dengan melakukan uji coba skala pengukuran pada sejumlah responden berbeda lokasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan responden yang akan diteliti atau yang menjadi subjek penelitian. kemudian dilakukan analisis faktor untuk pengujian construct validity dengan metode korelasi sederhana, yaitu mengkorelasikan antara skor item instrument dalam suatu faktor dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total.

Lebih lanjut, analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap à Valid. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Rumus Korelasi Produk Momen:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Σxy = Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

Σx^2 = Jumlah dari kuadrat nilai X

Σy^2 = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\Sigma x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\Sigma y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur yang konsisten dari serangkaian pengukuran alat ukur, hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama.

Reliabilitas menunjukan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsisten dan kemantapan²⁶.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji reliabilitas dimana suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien keandalan atau alpha dengan ketentuan $< 0,6$ tidak reliable, $0,6 - 0,7$ acceptable, dan $> 0,8$ sangat baik. Uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah konsistensi internal atau internal consistency yang dilakukan dengan percobaan instrumen lebih dari satu kali kemudian hasilnya dianalisis. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan teknik analisis Cronbach's alpha dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

²⁶Sumadi, Suryabrata. 2004. *Psikologi Pendidikan*. Raja Grafindo. Jakarta. Hal 28.

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma^2$ = jumlah varians skor tiap-tiap item

σ^2 = varians total

8. Metode Analisis Data

Menurut Maleong mendefenisikan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja sehingga dapat ditemukan oleh data.²⁷

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu dengan menggunakan kalimat-kalimat yang sesuai dengan teori-teori yang terdapat pada penyajian data.

Tahap analisis data memegang peran penting dalam riset kuantitatif yaitu sebagai faktor utama penilaian berkualitas tidaknya riset. Artinya, kemampuan periset memberimakna kepada data merupakan kunci apakah data yang diperolehnya memenuhi unsur reliabilitas dan validitas atau tidak. Ingat,

²⁷Moleong, lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Rosda. Bandung. Hal.103.

reliabilitas dan validitas data kuantitatif terletak pada diri periset sebagai instrument riset.²⁸

Analisis korelasi dilakukan yaitu dengan korelasi linier sederhana. Jika hasilnya positif maupun negatif tidak dapat ditunjukkan oleh analisis korelasi maka dapat dikatakan bahwa dua variabel itu saling bebas atau independen dan tidak saling mempengaruhi atau tidak saling terkait satu dengan yang lainnya.

Analisis koefisien korelasi terdiri dari analisis koefisien korelasi parsial dan analisis koefisien korelasi berganda, sebagai berikut :

1. Analisis koefisien korelasi parsial

Koefisien korelasi parsial dihitung untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

1) Korelasi parsial antara X dengan Y

a) Korelasi parsial antara X dengan Y

$$r_Y = \frac{r_y}{\sqrt{1 - (r_1)^2}}$$

r_y = koefisien korelasi sederhana antara X dengan Y

$$\frac{\sum x_{1i} y_i}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

Keterangan :

²⁸Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana. Jakarta. Hal. 194.

r_i : Koefisien korelasi
 X : Variabel bebas
 Y : Variabel Terikat

2. Analisis korelasi (berganda)

Menurut Sugiono, analisis ini merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengetahui adanya hubungan antara satu variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X) secara serentak.

$$r_y = \sqrt{\frac{(r_y)^2 - 2(r_{y.})}{1 - (r)^2}}$$

Korelasi berkisar dari -1 sampai 1, interpretasi bagi nilai koefisien korelasi (r) tertentu adalah :

1. Jika r mendekati 0, maka antara variabel X dan variabel Y semakin lemah.
2. Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan positif

Tabel 2 Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval Koefesien	Tingkat Hubungan
1	0,00 - 0,199	Sangat lemah
2	0,20 - 0,399	Lemah
3	0,40 - 0,599	Sedang
4	0,60 - 0,799	Kuat
5	0,80 - 1,000	Sangat kuat

Korelasi positif atau negatif lebih besar dari 0,8 atau 0,8 dikatakan ada hubungan positif atau negatif yang sangat kuat antar variabel. Bila lebih kecil dari 0,5 atau -0,5 maka ada hubungan positif atau hubungan negatif yang Sedang antar dua variabel atau lebih. Pada studi ilmu eksakta dibutuhkan

koefisien korelasi lebih besar 0,7 untuk menyatakan kekuatan hubungan antar-variabel sedangkan dalam ilmu sosial dapat dibolehkan koefisien korelasi lebih kecil dari 0,5 dapat ditoleransi karena variabel sosial sifatnya lemah.

9. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial maupun simultan. Langkah – langkah pengujian hipotesis dalam penelitian adalah :

1. Pengujian parsial

a. Hubungan X_1 dan Y

$H_0: \rho_1 \leq 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Efektivitas dengan layanan informasi)

$H_a: \rho_1 > 0$ (secara parsial terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara Efektivitas dengan layanan informasi)

Untuk menguji hubungan perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dilihat dari P-value dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

- H_0 ditolak, jika $P - value < 0,05$
- H_a diterima, jika $P - value > 0.05$

2. Pengujian silmultan

$H_0 : \rho_1 \leq 0$ (secara simultan tidak terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara Efektivitas dengan layanan informasi)

$H_a: \rho_1 > 0$ (secara simultan terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara Efektivitas dengan layanan Informasi)

Untuk menguji hubungan perubahan variabel terikat secara simultan, dilihat dari nilai significance F dibandingkan dengan taraf nyata α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria :

- H_0 ditolak, jika Signifikan $F < 0,05$
- H_a diterima, jika Signifikan $F > 0.05$