

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan bidang industry yang berhubungan dengan perjalanan dan penginapan dalam rangka melakukan aktivitas rekreasi atau hiburan. Sektor pariwisata melibatkan berbagai macam layanan seperti transportasi, akomodasi, makanan, minuman dan aktivitas rekreasi. Fokus utama tujuan pariwisata adalah menciptakan pengalaman yang menggembarakan bagi para pengunjung, mempromosikan kebudayaan lokal dan objek wisata, serta menyediakan kontribusi ekonomi yang menguntungkan bagi penduduk lokal. Manfaat dari pariwisata yaitu meningkatkan perekonomian melalui pendapatan dari pengunjung, menciptakan lapangan kerja, mempromosikan kebudayaan lokal, dan meningkatkan pertukaran budaya antara pengunjung dan masyarakat setempat. Indonesia banyak memiliki objek wisata yang unik dan bersejarah salah satunya adalah Daerah Istimewa Yogyakarta.¹

Yogyakarta atau Jogja mempunyai popularitas yang tinggi sebagai salah satu destinasi wisata yang diminati di Indonesia dan biasanya menarik banyak minat pengunjung setiap tahunnya, karena Jogja adalah sebuah kota di Indonesia yang memancarkan pesona kekayaan akan sejarah dan budaya. Sebelum pandemi COVID-19, berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) kunjungan wisatawan di Yogyakarta tahun 2022 mencapai 7,4 juta orang, baik wisatawan dari dalam negeri maupun mancanegara.² Yogyakarta dikenal dengan kekayaan wisata sejarah dan budayanya yang masih tersimpan hingga hari ini. Keberadaan budaya Jawa yang otentik masih sangat kental di Yogyakarta, menjadikannya magnet bagi para wisatawan yang tertarik untuk menjelajahi warisan budaya yang ada di

¹ Utama I. G. B. R., & SE, M., "Pengantar Industri Pariwisata." , 2015

² <https://yogyakarta.bps.go.id/> diakses pada tanggal, 14 Maret 2023.

Yogyakarta. Fluktuasi wisatawan domestik dan asing yang berkunjung wisata di Yogyakarta pada gambar grafik di bawah ini.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengunjung Wisata ke Yogyakarta Sumber: Data Badan Pusat Statistik DIY, Diakses 14 Maret 2023

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) kunjungan wisatawan ke Yogyakarta tahun 2019 sebanyak 899,688 orang, tahun 2020 sebanyak 293,866 orang, sedangkan tahun 2021 wisata di Yogyakarta tidak membuka objek wisata tersebut Sampai bulan Oktober 2021, hal ini dikarenakan adanya pandemi Covid-19 dan himbauan dari pemerintah untuk tidak melakukan kegiatan wisata. Kemudian, 06 Oktober 2021 wisata di Yogyakarta dibuka kembali dan angka kunjungan pertama mencapai 200 perhari³. Angka pengunjung yang cukup tinggi ini mengindikasikan bahwa minat wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta sangat tinggi. Pada tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan ke Yogyakarta terus mengalami peningkatan pengunjung, hal ini menunjukkan adanya upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam mempertahankan minat wisatawan.

Beberapa destinasi wisata terkenal di Yogyakarta, salah satunya adalah Taman Sari. Taman Sari, yang sering disebut sebagai Water Castle, adalah sebuah kompleks taman yang dulu berfungsi sebagai tempat bersemedi dan tempat perlindungan bagi Sultan Yogyakarta beserta keluarganya. Taman Sari kaya sejarah dan memiliki suasana yang

³ <https://yogyakarta.bps.go.id/> diakses pada tanggal, 14 Maret 2023

unik. Ketika memasuki Taman Sari pengunjung akan merasakan atmosfer yang tenang dan damai. Taman ini memiliki arsitektur yang indah dan bangunan-bangunan yang terawat dengan baik. Di tengah taman terdapat kolam air yang memantulkan cahaya matahari, menciptakan efek cahaya yang memukau. Suasana di sekitar kolam sangat sejuk dan menenangkan. Terdapat juga jembatan-jembatan dan terowongan-terowongan yang menghubungkan area-area berbeda di Taman Sari.

Adapun alasan pemerintah tetap mempertahankan wisata Taman Sari karena destinasi wisata ini memiliki nilai sejarah. Taman Sari memiliki nilai sejarah yang tinggi sebagai bekas tempat rekreasi dan tempat peristirahatan keluarga kerajaan Mataram. Hal ini membuatnya menjadi bagian penting dari warisan budaya dan sejarah Yogyakarta. Pemerintah dan masyarakat lokal menghargai dan mempertahankan Taman Sari sebagai aset berharga yang mencerminkan kekayaan sejarah daerah tersebut.

Melihat dari sudut pandang pemerintah dan masyarakat yang menghargai dan mempertahankan Taman Sari sebagai aset berharga sekaligus kekayaan warisan budaya yang bersifat sejarah, pemerintah tentunya memfaatkannya dengan bijak Taman Sari sebagai potensi ekonomi dan pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan daerahnya. Selain itu untuk mencapainya upaya-upaya untuk memperkenalkan kebudayaan kepada wisatawan pun pasti dilakukan agar wisata tersebut tetap kuat dan tidak terpisah dari identitas lokal mereka. Dalam prosesnya tentunya melibatkan komunikasi pariwisata sebagai proses komunikasi yang digunakan untuk mempromosikan atau memasarkan destinasi pariwisata kepada target pasar atau calon wisatawan dengan tujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan minat kunjungan wisatawan ke destinasi tersebut⁴.

⁴ Burhan Bungin, Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) Pemasaran Dan Brand Destinasi, Edisi Pertama, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, Hal 88.

Mariziki, Masril dan Pasaribu (2022) mengatakan bahwa komunikasi pariwisata adalah proses pengiriman pesan dari sumber (pemerintah atau pengelola destinasi pariwisata) kepada khalayak (wisatawan) melalui berbagai media dan teknik pemasaran, dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi tersebut. Komunikasi pariwisata melibatkan berbagai media dan teknik pemasaran seperti iklan, promosi, publisitas, periklanan, pameran, brosur, media sosial, dan lain-lain. Komunikasi pariwisata juga dapat melibatkan kerja sama dengan pihak-pihak terkait seperti agen perjalanan, biro wisata, hotel, restoran, dan pengusaha lokal untuk mempromosikan destinasi pariwisata tersebut. Tujuan utama dari komunikasi pariwisata adalah untuk menarik perhatian wisatawan potensial, memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang destinasi pariwisata, dan menciptakan kesan positif tentang destinasi tersebut di benak wisatawan. Dalam praktiknya, komunikasi pariwisata juga harus mempertimbangkan keberlanjutan pariwisata dan kepentingan masyarakat lokal, sehingga dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi destinasi pariwisata dan komunitas sekitarnya⁵.

Oleh karena itu, penelitian tentang “Komunikasi Pariwisata Taman Sari dalam Mempertahankan Minat Wisatawan” ini menjadi relevan dilakukan untuk memahami upaya pihak Taman Sari dalam mempertahankan minat wisatawan dengan menggunakan teknik komunikasi pariwisata yang tepat.

Memilih Taman Sari Yogyakarta sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa alasan. Pertama, Taman Sari merupakan salah satu destinasi wisata yang ikonik dan terkenal di Yogyakarta, menarik minat banyak wisatawan dari dalam dan luar negeri. Kedua, Taman Sari memiliki nilai sejarah yang tinggi sebagai bekas tempat rekreasi dan

⁵ I. Marizki, A., Masril, M., & Pasaribu, “Konsep Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Danau Toba Kabupaten Samosir Sumatera Utara”, Jurnal Simbolika Vol. 08 No. 01, 2022, Hal 42-50.

perlindungan keluarga kerajaan Mataram, sehingga menjadi bagian penting dari warisan budaya dan sejarah Yogyakarta. Selain itu, Taman Sari juga memiliki daya tarik wisata yang unik, dengan arsitektur indah, suasana tenang, dan berbagai kegiatan budaya tradisional yang ditawarkan kepada pengunjung. Melalui penelitian ini, diharapkan mampu memberikan wawasan baru dan rekomendasi para pemangku kepentingan untuk terlibat aktif dalam menjaga, meningkatkan dan mempertahankan minat kunjungan wisatawan ke Taman Sari serta industri pariwisata lainnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan rincian konteks latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, pertanyaan utama yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah, "Bagaimana Komunikasi Pariwisata Taman Sari Yogyakarta dalam Mempertahankan Minat Wisatawan?".

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan bagaimana masalah tersebut dirumuskan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Komunikasi Pariwisata Taman Sari Yogyakarta dalam Mempertahankan Minat Wisatawan.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang komunikasi pariwisata yang efektif dalam mempertahankan minat wisatawan yang mengunjungi sebuah destinasi wisata, memberikan referensi bagi pihak- pihak terkait khususnya bidang komunikasi dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif di masa depan, dan menambah literatur penelitian di bidang komunikasi, khususnya dalam hal komunikasi pariwisata dan mempertahankan

minat wisatawan, sehingga dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi pariwisata secara global.

1.4.2 Manfaat praktis

Seiring dengan manfaat akademis, penelitian tentang Komunikasi Pariwisata Taman Sari Yogyakarta dalam mempertahankan minat wisatawan juga memiliki manfaat praktis yaitu memberikan informasi dan saran praktis bagi pengelola destinasi wisata Taman Sari Yogyakarta dan pihak-pihak terkait dalam mengembangkan strategi komunikasi pariwisata yang lebih efektif dan efisien, memperkuat posisi Taman Sari Yogyakarta sebagai salah satu lokasi wisata yang khas dan menarik di Indonesia dalam rangka mendongkrak jumlah pengunjung Taman Sari dan meningkatkan pendapatan pariwisata, serta memberikan wawasan tentang minat dan preferensi wisatawan dalam memilih destinasi wisata, sehingga dapat membantu pengambil kebijakan untuk menyesuaikan dan meningkatkan fasilitas dan layanan di Taman Sari.

1.5. Metode Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Pada studi ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam desain penelitiannya dengan tujuan untuk memberikan gambaran mendalam tentang bagaimana fenomena yang diamati terjadi. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali data secara detail dan melihat fenomena dari sudut pandang yang berbeda, menghasilkan pemahaman yang lebih dalam tentang subjek yang sedang dipelajari. Pendekatan kualitatif dalam penelitian menganggap bahwa tidak semua aspek dari fenomena, gejala, atau subjek yang diteliti dapat diamati. Penelitian dengan cara ini lebih fokus pada pengamatan kualitatif dan interpretatif untuk memahami dan menggali makna di balik fenomena tersebut. Oleh karena itu, penelitian kualitatif

menekankan pentingnya pemahaman mendalam dan konteks dari fenomena yang diamati, bukan hanya sekedar pengamatan luaran secara kasat mata.

Hasil penelitian tidak selalu obyektif dan bebas nilai, serta cenderung bersifat subjektif dalam penelitian kualitatif. Hal ini disebabkan oleh fokus penelitian yang lebih pada pengamatan mendalam dan interpretatif, yang melibatkan pengaruh subjektivitas peneliti dalam menganalisis dan memahami data yang diperoleh. Selain itu, fenomena yang diteliti dalam penelitian kualitatif cenderung bersifat holistik, yang menunjukkan bahwa unsur-unsur yang dapat diamati terhubung dan bergantung satu sama lain. Pemahaman holistik terhadap fenomena tersebut penting dalam penelitian kualitatif untuk menghindari kesimpulan yang salah dan memastikan interpretasi data yang tepat.

Penelitian kualitatif merupakan suatu kerangka kerja yang digunakan dalam berbagai jenis penelitian yang dilakukan pada kehidupan sosial yang bersifat ilmiah atau natural. Pengolahan materi yang telah dikumpulkan peneliti menggunakan teknik analisis kualitatif. Rincian ini dapat ditemukan dalam bentuk catatan lapangan, makalah, foto, film, atau materi visual lainnya yang terhubung dengan kehidupan manusia baik secara individu maupun kolektif. Riset kualitatif juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi dari beragam pihak terkait dan jenis informasi yang bervariasi untuk menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diamati⁶.

1.5.2 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang bersifat kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dan kontekstual, dengan mengeksplorasi pandangan, nilai, dan pengalaman

⁶⁶ Abdussamad Zuchri, 2021, Buku *Metode Penelitian Kualitatif*, Makasar, Syakir Media press.

orang-orang yang terlibat dalam fenomena penelitian mengenai komunikasi pariwisata Taman Sari Yogyakarta.

Riset ini menggunakan teknik deskriptif yang berfokus pada subjek penelitian. Pendekatan deskriptif ini digunakan untuk memungkinkan peneliti untuk menjelaskan secara detail kondisi objek penelitian, dan mengumpulkan bukti-bukti dalam bentuk data dan fakta dari penyelidikan untuk lebih memahami bagaimana Taman Sari beroperasi melakukan komunikasi pariwisata dalam mempertahankan minat wisatawan. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, peneliti juga dapat membuat spekulasi mengenai kondisi yang dibutuhkan untuk meningkatkan minat wisatawan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi yang sangat rinci dan lengkap tentang komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh pengelola Taman Sari.

1.5.3 Subjek dan Objek

Objek penelitian berfokus pada komunikasi wisatawan yang dilakukan oleh Taman Sari Yogyakarta dalam mempertahankan minat wisatawan. Peneliti akan menganalisis strategi dan teknik komunikasi yang dilakukan oleh Taman Sari Yogyakarta untuk mempertahankan minat wisatawan. Penelitian ini akan fokus pada aspek- aspek komunikasi yang digunakan oleh Taman Sari, seperti promosi, branding, pelayanan, dan lain sebagainya, dengan tujuan untuk memahami bagaimana Taman Sari dapat mempertahankan minat wisatawan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Selanjutnya, untuk subjek Penelitian pada penelitian kualitatif di sebut dengan istilah informan, yaitu orang yang memberikan informasi mengenai data yang diinginkan oleh peneliti dimana data tersebut berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan.

1.6. Jenis Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan terdiri dari dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara yang dilakukan bersama informan yang memiliki kriteria sesuai dengan topik penelitian yang dibahas, serta melalui observasi langsung di lapangan. Sementara itu, untuk data sekunder di peroleh secara tidak langsung dalam artian mengkaji bahan kepustakaan berupa buku, jurnal, artikel maupun hasil karya lainnya yang tentunya juga berkaitan dengan topik penelitian.

1.7. Teknik Pengumpulan Data

1.7.1 Wawancara

Wawancara merupakan sebuah bentuk interaksi komunikatif antara minimal dua orang, ketika satu orang mewawancarai dan yang lainnya berfungsi sebagai sumber informasi. Tujuan wawancara adalah untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan subjek atau tujuan penelitian. Proses wawancara bisa tatap muka atau melalui media seperti telepon, video, atau internet⁷. Metode ini merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data kualitatif dalam penelitian komunikasi pariwisata dalam mempertahankan minat berkunjung wisatawan Taman Sari. Dalam penelitian ini, peneliti memilih beberapa informan yang relevan diantaranya:

1. Terlibat secara langsung dalam pengembangan dan sistem operasional objek wisata Taman Sari Yogyakarta
2. Berkontribusi langsung dalam kegiatan menjalankan regulasi serta kebijakan Taman Sari Yogyakarta

⁷⁷⁷ Martono. N, "*Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*", RajaGrafindo Persada, 2010.

3. Memiliki peran langsung dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan selama berkunjung ke Taman Sari.
4. Orang yang pernah berkunjung di Taman Sari

Adapun beberapa informan tersebut ialah:

1. Muhammad Ridwan Syam selaku supervisor di Taman Sari
2. Andardia selaku wisatawan lokal Taman Sari

1.7.2 Observasi

Pengamatan langsung terhadap item atau fenomena menjadi salah satu metode utama dalam penelitian ini guna memperoleh data yang akurat dan mendalam terkait perilaku individu atau kelompok wisatawan dalam minat berkunjung di Taman Sari Yogyakarta. Proses pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan langsung, yang dapat terjadi dalam dua bentuk, yaitu menggunakan alat bantu seperti kamera untuk merekam kejadian atau keadaan tertentu, serta dengan cara mengamati secara langsung dengan mata di lapangan. Tujuan utama dari pengamatan ini adalah untuk mengumpulkan data secara mendetail mengenai perilaku, aktivitas, serta karakteristik objek yang diamati, khususnya wisatawan yang mengunjungi Taman Sari. Penggunaan metode observasi, peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola perilaku dan preferensi wisatawan dengan lebih mendalam, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih akurat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Taman Sari Yogyakarta. Hasil observasi ini dapat memberikan wawasan berharga bagi pihak pengelola dalam meningkatkan pengalaman wisatawan, mengoptimalkan layanan, dan mempertahankan minat berkunjung ke destinasi pariwisata tersebut.

1.7.3 Dokumentasi

Dokumen yang dikumpulkan oleh peneliti berupa gambar, catatan, laporan, jurnal, maupun video bertujuan untuk memastikan bahwa penelitian dilakukan secara

sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan, serta sebagai bukti dalam proses penilaian dan evaluasi oleh lembaga atau pihak yang berkepentingan.

1.8. Teknik Analisis Data

1.8.1 Reduksi Data

Teknik reduksi data adalah teknik yang dipilih oleh peneliti untuk mereduksi data yang di peroleh di lapangan yang bersifat umum mengenai Komunikasi pariwisata yang di lakukan oleh Taman Sari Yogyakarta dalam mempertahankan Minat wisatawan

1.8.2 Penyajian Data

Dalam penelitian ini, penyajian data dibatasi menjadi beberapa kumpulan informasi yang dianggap relevan yang mampu menghasilkan kesimpulan dan pengambil keputusan. Data yang sudah dimiliki kemudian ditampilkan dengan matriks, bagan, atau grafik untuk menghubungkan informasi-informasi yang didapat sehingga mampu mencapai analisis kualitatif yang valid dan sesuai. Dalam penelitian ini, peneliti memutuskan menggunakan data dari beberapa narasumber atau informan yang dianggap memiliki kredibilitas dan relevansi yang memadai sehingga data yang dihasilkan dapat dianggap valid dan bermanfaat sebagai sumber informasi.

1.8.3 Penarikan Kesimpulan

Proses menarik kesimpulan adalah tahap terakhir penelitian dengan mengumpulkan data terlebih dahulu dan mencari kebenaran informasi yang ada, sehingga dapat disajikan dengan tepat dan mendapatkan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti juga memberikan analisis dan interpretasi data dengan membandingkan dan melihat keterkaitan antara komponen-komponen yang ada, serta memberikan argumentasi dan makna yang relevan.

1.9. Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Definisi Operasional

1.9.1 Kerangka Konsep



Gambar 1. 2 Kerangka Konsep Penelitian Sumber. Peneliti

1.9.2 Definisi Konsep dan Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan bagian penelitian yang menginformasikan tentang bagaimana cara mengukur dimensi atau variabel yaitu apa yang akan diteliti untuk menjawab konsep secara empiris.

Dimensi	Definisi Konsep	Definisi Operasional
Taman Sari	Taman sari merupakan kompleks wisata sejarah yang terletak di Yogyakarta. Komplek ini dahulu merupakan taman rekreasi dan tempat peristirahatan keluarga kerajaan mataran pada abad ke-18.	
Komunikasi Pariwisata	Komunikasi pariwisata adalah segala jenis	Komunikasi pariwisata melibatkan segala bentuk informasi yang di

	<p>informasi yang yang disampaikan oleh pihak pariwisata kepada pengunjung atau calon pengunjung.</p>	<p>berikan oleh pihak pariwisata, baik itu di tunjukan kepada pengunjung maupun calon pengunjung. Informasi yang di sampaikan meliputi informasi tentang lokasi pariwisata, objek wisata, akomodasi, fasilitas, kebijakan dan lain-lain. Tujuan dari komunikasi pariwisata adalah untuk menarik minat para pengunjung dan mempromosikan pariwisata sebagai destinasi wisata yang menarik.</p> <p>Komunikasi Pariwisata memiliki 7 komponen penting menurut Burhan Bungin:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi <p>Interaksi antara berbagai pihak terkait, seperti pemilik modal, pengelola, petugas wisata, dan pengunjung. Komunikasi menjadi kunci penting dalam mengelola destinasi wisata, menyampaikan informasi tentang daya tarik layanan yang di tawarkan, serta memfasilitasi</p>
--	---	--

		<p>interaksi dan pengalaman antara pengunjung dan destinasi wisata.</p> <p>2. Pemilik modal</p> <p>Memiliki peran untuk menentukan arah dan kebijakan pengembangan suatu destinasi wisata, menyediakan dana untuk pengelolaan destinasi wisata, pembangunan infrastruktur, fasilitas akomodasi, promosi dan pengelolaan destinasi.</p> <p>3. Wisatawan</p> <p>Pihak yang melakukan aktivitas wisata dan memberikan dampak signifikan pada pertumbuhan dan keberlangsungan industri atau wisata.</p> <p>4. SDM dan Kelembagaan</p> <p>SDM memastikan operasional destinasi berjalan lancar dengan</p>
--	--	--

		<p>pelayanan yang ramah, keterampilan komunikasi, serta pengetahuan tentang destinasi kepada wisatawan. Untuk Kelembagaan merujuk pada struktur atau sistem yang mengatur dan mengkoordinasi berbagai elemen maupun aktivitas dalam industri pariwisata. Kerjasama kedua aspek ini penting dalam bertanggung jawab mengawasi keberlanjutan dan dampak pariwisata terhadap lingkungan dan masyarakat setempat.</p> <p style="text-align: center;">5. Aksesibilitas</p> <p>Aksesibilitas merupakan kemudahan atau ketersediaan yang mencakup akses fisik, ketersediaan akomodasi, fasilitas pendukung, dan informasi yang mudah diakses. Dengan mengoptimalkan aksesibilitas destinasi wisata, industri pariwisata dapat meningkatkan daya tarik, pelayanan, dan pengalaman positif bagi para wisatawan, serta</p>
--	--	--

		<p>berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan sektor pariwisata secara keseluruhan.</p> <p>6. Destinasi</p> <p>Tempat atau lokasi yang menarik minat dan perhatian wisatawan. Dimana di sana terdapat keunikan, keindahan, budaya, dan layanan yang ditawarkan oleh destinasi yang menciptakan pengalaman tak terlupakan bagi para wisatawan yang berkunjung.</p> <p>7. Pemasaran</p> <p>Suatu pendekatan strategis yang holistik untuk meningkatkan daya tarik dalam popularitas destinasi wisata. Dimana dalam prosesnya penggabungan berbagai elemen pemasaran di lakukan, seperti penelitian pasar, promosi, manajemen merek, dan pemanfaat</p>
--	--	---

		teknologi informasi yang dapat mencapai keberhasilan dalam menarik minat wisatawan serta peningkatan jumlah kunjungan.
Minat Wisatawan	Suatu dorongan yang muncul dari dalam diri wisatawan untuk melakukan perjalanan dan mengunjungi suatu tempat atau destinasi.	Minat wisatawan muncul dari kualitas pelayanan, fasilitas suatu wisata, serta produk dan promosi wisata yang menarik atau unik. Di mana mereka memperoleh pengalaman dan kesenangan yang berbeda dari kehidupan sehari-hari sehingga mereka memiliki kesan positif terhadap sebuah destinasi.

Tabel 1.1 Definisi Konsep Sumber peneliti