

**LEMBAGA PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN  
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA INDONESIA  
ASRI YOGYAKARTA**

**LAPORAN**

**STUDI TENTANG FOLDER  
SEBAGAI SALAH SATU FAKTOR PENUNJANG  
PROMOSI PARIWISATA DI DAERAH KOTAMADYA  
YOGYAKARTA**

**DILAKSANAKAN  
OLEH  
LASIMAN & RUSLI**

**JURUSAN DISAIN KOMUNIKASI STSRI/ASRI  
YOGYAKARTA 1984/1985**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	182/Rur/39
KLAS	
TERIMA	03 Oct 1999

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN  
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA INDONESIA ASRI YOGYAKARTA

LAPORAN

STUDI TENTANG FOLDER  
SEBAGAI SALAH SATU FAKTOR PENUNJANG  
PROMOSI PARIWISATA DI DAERAH KOTAMADYA YOGYAKARTA



1984/1985

DILAKSANAKAN

OLEH

LASIMAN

dan

RUSLI



JURUSAN DISAIN KOMUNIKASI STSRI/ASRI YOGYAKARTA





## KATA PENGANTAR

Pengembangan Industri Pariwisata di Daerah perlu didorong untuk mencapai sasarannya. Industri Pariwisata itu sendiri memiliki arti yang penting bagi perekonomian daerah, yaitu sebagai usaha untuk meningkatkan penerimaan/pendapatan daerah.

Telah diakui oleh semua pihak, bahwa Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi wisata yang sangat besar bila dibandingkan dengan daerah lainnya. Alamnya yang cantik dengan iklimnya yang ramah penuh kehangatan, disertai oleh penduduknya yang memiliki temperamen yang halus dan nilai seni budayanya yang tinggi dan bervariasi.

Semua itu merupakan modal yang sangat potensial untuk menarik kaum wisatawan, baik asing maupun domestik. Namun potensi itu akan sia-sia kalau tidak diinformasikan kepada calon konsumennya, yang dalam hal ini adalah wisatawan. Dengan adanya media komunikasi yang berbentuk folder dengan tema tentang kepariwisataan Daerah Istimewa Yogyakarta sangatlah penting peranannya dalam promosi pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta pada umumnya dan Daerah Kotamadya Yogyakarta pada khususnya.

Agar peranan folder tersebut mencapai sasarannya maka perlu diperhatikan dalam perencanaannya yang menyangkut segi estetikanya yang meliputi ilustrasinya, Teks (copy), Warna, komposisi serta Letteringnya. Disamping itu juga tidak kalah pentingnya masalah strategi penempatan/penyebarannya serta target audience yang akan dicapai.

Maka dalam penelitian yang kami lakukan ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana potensi media FOLDER telah dimanfaatkan dan berperan dalam menunjang promosi pariwisata di Daerah Kotamadya Yogyakarta pada khususnya dan Daerah Istimewa Yogyakarta pada umumnya.

Perlu kiranya disini diketahui bahwa kegiatan penelitian yang kami lakukan ini adalah dalam rangka pelaksanaan program "Riset Institusional" yang diprakarsai oleh Lembaga Penelitian dan Pengembangan STSRI/ASRI (Fakultas Seni Rupa & Disain) Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Hal ini sekaligus sebagai 'Perwujudan & Pelaksanaan' Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang salah satunya adalah "penelitian".

Laporan hasil penelitian ini merupakan salah satu bagian dari ketiga topik penelitian yang tercakup didalam satu induk judul ANALISA GUEST HOUSE DI DALAM MENUNJANG PROMOSI PARIWISATA DARI ASPEK AKOMODASI DI DAERAH KOTAMADYA YOGYAKARTA yang meliputi ruang lingkup sebagai berikut:

1. Tata Ruang, oleh jurusan Disain Ruang Dalam
2. Elemen Hias, oleh jurusan Disain Kriya
3. Folder-nya oleh jurusan Disain Komunikasi

Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada para instansi-instansi, kantor, dan para pengusaha penginapan diwilayah jalan Prawirotaman yang telah membantu dan memberikan informasi-informasi yang kami butuhkan.

Dan tidak lupa pula kami menghaturkan banyak terima-

-kasih kepada Bapak Drs. Irlanto Sudomo dan Ibu Dra.Th.Su  
warni sebagai dosen pembimbing dalam penulisan ini, se  
hingga laporan ini dapat kami selesaikan.

Sebagai penutup dalam pengantar ini kami merasa adanya  
kekurangan-kekurangan di-dalam laporan ini karena terbatas  
nya kemampuan kami. Untuk itu penulis mohon maaf dan meng-  
harapkan tegur sapa serta kritik yang membangun atas lapo-  
ran ini.

Wassalam...

Yogyakarta 25 Februari 1985

L A S I M A N  
8114124/DISKOM VIII

R U S L I  
8114304/DISKOM VIII



## DAFTAR ISI

	Hal.
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang.....	1
2. Pokok-pokok Permasalahan.....	3
3. Dasar-dasar Anggapan.....	4
4. Metode Penelitian.....	5
BAB II. LANDASAN TEORI.....	7
A. Pengertian Media.....	7
B. Pengertian Folder.....	14
C. Pengertian Promosi.....	18
BAB III. KEPARIWISATAAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.....	23
A. Sekilas Tentang Kepariwisata Di In- donesia.....	23
B. Kepariwisata Di D.I.Y.....	25
BAB IV. PROMOSI PARIWISATA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.....	36
A. Promosi Dalam Negeri.....	36
B. Promosi Luar Negeri.....	41
C. Jenis-jenis Media Promosi.....	45
D. Kondisi Media Promosi.....	53
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN SARAN.....	58
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	65

D A F T A R T A B E L

	Hal.
Tabel 1. Perkembangan Arus Wisatawan di Negara Negara ASEAN.....	24
Tabel 2. Perkembangan Penghasilan Devisa Dari Wisata- tawan Di Negara-negara ASEAN.....	25
Tabel 3. Jumlah Wisatawan Asing/Domestik Yang Menginap Di Hotel/Akomodasi lain Di D.I.Y. 1979 - 1984.....	26
Tabel 4. Jumlah Pengunjung ke Obyek Wisata Di D.I.Y Tahun 1981 - 1983.....	30
Tabel 5. Jumlah Akomodasi dan Kamar Yang Tersedia Di D.I.Y. Tahun 1983.....	32
Tabel 6. Komposisi Negara Asal Wisatawan Yang Berkun Berkunjung Ke D.I.Y. 1981 - 1983.....	34
Tabel 7. Partisipasi Promosi Pariwisata Pada Event- Event Internasional.....	44
Tabel 8. Pengadaan Bahan-bahan Promosi Kanwil Pariwisata D.I.Y.....	45

TEAM PENELITIAN

Pimpinan Proyek : Drs. Gustami Si.  
Konsultan : Dra.Th.Suwarni  
Pembimbing : Drs.Irlanto Sudomo  
Pelaksana : Lasiman  
: Kusli





BAB I  
P E N D A H U L U A N

1. Latar Belakang

Bagi negara berkembang seperti Indonesia usaha peningkatan sumber-sumber devisa adalah mutlak. Devisa tersebut diperlukan untuk mempercepat pembangunan. Usaha mendapatkan devisa tersebut dilakukan dengan ekspor, baik yang sifatnya visible maupun yang invisible.

Negara Indonesia jenis eksportnya masih tergantung pada jenis komoditi tradisional (minyak tanah, karet, dan kayu). Ketergantungan devisa pada komoditi tradisional tersebut sangatlah membahayakan stabilitas ekonomi nasional. Hal ini karena sekarang banyak negara-negara maju yang telah berhasil menemukan pengganti bahan mentah yang dibutuhkannya.

Menyadari hal tersebut diatas negara Indonesia melalui Departemen Perpostel-nya telah menggariskan kebijaksanaanannya mengadakan 'diversifikasi' eksportnya pada sektor "industri pariwisata" sebagai "invisible eksportnya" sekaligus sebagai alternatif sumber devisa setelah minyak dan gas bumi. Hal ini selaras dengan Trilogi Pembangunan Indonesia ialah pertumbuhan stabilitas dan pemerataan pembangunan. Dengan demikian pembangunan 'Pariwisata Indonesia' juga bertitik tolak dari Trilogi tersebut. Pariwisata merupakan salah satu aegi dari program pembangunan nasional sesuai dengan GBHN Tap. MPR No. IV/MPR/1978 bag. Ekonomi bab 6 yang inti permasalahannya mencakup lima segi yaitu

a. Segi Budaya

- b. Segi Pemanfaatan Lingkungan Hidup
- c. Perluasan Nilai-nilai Pergaulan Hidup dan Benge tahuan.
- d. Perluasan Kesempatan Kerja.
- e. Segi Penunjang dalam Perbaikan Kesehatan dan Prestasi Kerja.

Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi yang cukup besar dalam keterlibatannya usaha pengembangan obyek wisata di Indonesia, dengan alamnya yang cantik dan iklimnya yang ramah penuh kehangatan disertai penduduknya yang memiliki temperamen yang halus dan nilai seni budayanya yang tinggi dan bervariasi.<sup>1</sup>

Untuk meningkatkan usaha pengembangan dan pemasaran produk wisata di Indonesia umumnya dan D.I. Yogyakarta khususnya, diperlukan adanya alat "promosi" yang salah satunya ialah "IKLAN".

Sehubungan dengan hal tersebut diatas Jusupadi Salmun dalam tulisannya pada Harian Kompas mengatakan :

...didalam merebut hati orang asing (wisatawan) andalan kepada adanya pemandangan alam saja tidak cukup. Pariwisata zaman kini telah merupakan suatu industri yang tidak lagi mengandalkan kemampuan pemandangan alam. Sebagai industri pariwisata ternyata lebih banyak mengandalkan cara, bagaimana kita menjual pemandangan dengan segala hal yang indah itu sebagai kesatuan.

Sebagai kesatuan pariwisata juga mencakup apa yang bisa dilakukan oleh wisatawan asing di suatu obyek wisata, atau apakah obyek tersebut mengandung nilai seni dan budaya atau mungkin juga sejarah. Selain itu juga tidak kalah pentingnya adalah teknik bagaimana kita mengatur jaringan penjualan "Promosi" dan pelayanan.<sup>2</sup>

Pernyataan tersebut disokong oleh seorang penulis buku 'Kepariwisataan Indonesia' Homan S. Pendit, yang juga menegaskan

---

1. H. Kodhyat, Menghadapi Kelesuan Pariwisata Akibat Resesi Dunia, Kompas, 30 Agustus 1982.

2. Jusupadi Salmun, Basis Pariwisata Indonesia, Kompas 24 April 1982.



...pemasangan iklan pariwisata bertujuan menggerakkan keuntungan pada barang dagangan yang dalam hal ini adalah obyek wisata.<sup>3</sup>

Iklan merupakan salah satu cara untuk memberitakan potensi yang dikandung kepariwisataan, terhadap wisatawan (asing dan domestik). Hal ini sesuai dengan pendapat G.A. Schmoll dalam bukunya 'Tourist Marketing' sbb:

Advertising is mainly used to create initial awareness and interest in the tourist service or destination to be promoted, and ideally motivates potential tourist to make further about cost, booking.<sup>4</sup>

Yang artinya adalah "Iklan terutama digunakan untuk menciptakan kesadaran dan kesenangan dalam pelayanan kepariwisataan dan mengenal daerah-daerah tujuan wisata yang dipromosikan dan mendorong para wisatawan untuk mengetahui lebih jauh mengenai biaya, cara memesan tempat dan lain-lain.

Pendapat tersebut sejalan dengan kebijaksanaan pemerintah yang dituangkan dalam GBHN sbb:

1. Kepariwisataan perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan kerja dan memperkenalkan kebudayaan. Pembinaan serta pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan kepribadian nasional.
2. Untuk itu diperlukan langkah-langkah dan pengaturan yang lebih terarah berdasarkan kebijaksanaan yang terpadu, antara lain dibidang "PROMOSI", penyediaan fasilitas, serta mutu dan kelancaran pelayanan.<sup>5</sup>

## 2. Pokok-pokok Permasalahan

Atas dasar hasil penelitian yang kami lakukan dan data yang dapat kami kumpulkan, maka dalam penulisan laporan penelitian ini penulis mencoba mengupas dan menganalisa tentang kondisi pemasaran pariwisata di D.I. Yogyakarta dan---

3. Nyoman S. Pendi, Pariwisata: sebuah studi, analisa dan informasi, Djambatan, Jakarta, 1968, hal. 33

4. Schmoll G.A., Tourism Marketing, Tourism International Press, London, 1977, hal. 70

5. GBHN. Tap. MPR No. IV/MPR/1973



Daerah Kotamadya Yogyakarta yang meliputi pokok-pokok masalah:

- 2.1. Kondisi Pemasaran
- 2.2. Jenis Media
- 2.3. Kondisi Media
- 2.4. Dstribusi Media.

Pokok-pokok permasalahan tersebut perlu diketahui dan dipecahkan sebagai dasar penentuan strategi pemasaran dan pengembangan industri pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta pada umumnya dan Daerah Kotamadya Yogyakarta pada khususnya.

### 3. Dasar-dasar Anggapan

Pengupasan dan penganalisaan suatu masalah akan berjalan dengan baik apabila permasalahannya sudah jelas. Agar masalah yang akan dikupas didalan penulisan laporan penelitian ini lebih jelas, maka perlu dibuat batasan-batasannya dan dasar anggapan-anggapannya ataupun harapan-harapan.

Didalam penelitian ini dipergunakan satu dasar anggapan dan satu harapan untuk memperjelas ruang lingkup garapan, serta pembatasan masalah sehingga sasaran dan tujuan penelitian dapat dicapai.

Anggapan dan harapan tersebut adalah sbb:

- 3.1. Yang dianggap sebagai media disini adalah jenis media cetak (printed media) yang digunakan dalam kegiatan promosi Pariwisata di Daerah Kotamadya Yogyakarta (promotion materials). Baik yang dibuat oleh pemerintah maupun industri penunjang Pariwisata, khususnya hotel non bintang yang ada di Daerah Kotamadya Yogyakarta.

3.2. Dengan penggunaan "Promotion Materials" yang memenuhi standart, baik kualitas maupun kuantitasnya diharapkan mampu menarik dan meningkatkan arus kunjungan wisatawan ke Daerah Istimewa Yogyakarta pada umumnya dan Daerah Kotamadya pada khususnya.

Harapan ini dipergunakan untuk memberikan pengarahan kepada peneliti di dalam menarik kesimpulan-kesimpulan dan memberikan sarannya.

#### 4. Methode Penelitian.

Penelitian dilakukan dengan pengumpulan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan mengadakan wawancara langsung dan penyebaran angket serta peninjauan langsung kepada perusahaan-perusahaan yang mempunyai hubungan langsung dengan kegiatan pelayanan penginapan bagi wisatawan, di Daerah Kotamadya Yogyakarta.

Sample yang diambil meliputi jumlah 12 Guest House yang berada di kawasan jalan Prawirotaman Daerah Kotamadya Yogyakarta.

1. Wisma Gajah Guest House	Jl. Prawirotaman 2A	2479.
2. Airlangga Guest House	Jl. Prawirotaman 4	3344.
3. Putra Jaya Guest House	Jl. Prawirotaman 4A	
4. Borobudur Guest House	Jl. Prawirotaman 5	3977.
5. Sriwijaya Guest House	Jl. Prawirotaman 7	2387.
6. Wisma Indah Guest House	Jl. Prawirotaman 12	8821.
7. Rose Guest House	Jl. Prawirotaman 22	
8. Perwito Sari Guest House	Jl. Prawirotaman 25	
9. Prayogo Guest House	Jl. Prawirotaman 26	3715.

10. Galunggung Guest House Jl. Prawirotaman 28 2715.
11. Kirana Guest House Jl. Prawirotaman 30 3200.
12. Agung Guest House Jl. Prawirotaman 68

Data sekundair kami dapatkan dari catatan instansi instansi yang memiliki hubungan langsung maupun tidak langsung dengan pariwisata dan industri pariwisata serta penerbitan-penerbitan yang bersangkutan paut dengan kepariwisataan.

