

**PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI PETA ELEKTRONIK
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



TESIS

Program Studi Magister Tatakelola Seni

**Bruno Lukas Ray
1220037422**

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015**

**PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI PETA ELEKTRONIK
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Tesis
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Tatakelola Seni



Diajukan Oleh

Bruno Lukas Ray
1220037422

**Kepada
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2014**

**PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI PETA ELEKTRONIK
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Oleh:

Bruno Lukas Ray
1220037422

Telah dipertahankan pada Tanggal 21 Januari 2015
didepan Dewan Penguji yang terdiri dari:

Prof. Dr. Djohan, M.Si.

Pembimbing I

TH. Diah Widiastuti, M.Si

Pembimbing II

Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.

Ketua Tim Penilai

Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE, M.Si.

Penguji Ahli

Telah Diperbaiki dan Disetujui untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni
Yogyakarta.....

Direktur Program Pasca Sarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Prof. Dr. Djohan, M.Si.

Nip.196112171994031001

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat tulisan yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam tesis ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 20 Februari 2015

Bruno Lukas Ray, S.Kom



“MOTTO”

“With GOD everything is possible...”

“SEORANG PESIMIS melihat kesulitan dalam setiap peluang
namun **SEORANG OPTIMIS** melihat peluang dalam setiap
kesulitan”

“PERSEMBAHAN”

Puji Tuhan tesis ini saya persembahkan untuk pahlawanku Papa dan Mama, terima kasih untuk semuanya yang kalian berikan untuk onok. Untuk Kak Ula dan Bang Ebu serta Princess Nadya Raya, Dea, dan si jagoan Tagah, untuk si bawel Loveable Priska. Terima kasih juga untuk para pejuang Lifely dengan inisial Jimbot, Boedy, Daud, dan semua sahabatku. Kalian Luar Biasa.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur bagi Tuhan YME atas karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan tesis yang berjudul “Pemanfaatan Sistem Informasi Peta Elektronik Sebagai Media Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta” di Pasca Sarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta Tahun 2015. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini tidak terlepas dari kerjasama dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak atas bimbingan, bantuan, dan dukungan dalam penyusunan tesis ini. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Djohan, M.Si, selaku Direktur Pascasarjana Institut Seni Indonesia dan pembimbing I yang dengan segenap hati bersedia meluangkan waktu berdiskusi, bertukar pikiran, memberikan dukungan dan membimbing dengan sabar selama proses penelitian dan penyusunan tesis.
2. Th. Diah Widiastuti, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan dengan sabar memberikan bimbingan, mengarahkan, bertukar pikiran, dan memberikan masukan untuk penulis selama penyusunan tesis penelitian ini.
3. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE, M.Si, selaku dosen penguji ahli yang telah bersedia untuk menuntun saya dalam mengkaji penulisan dengan baik dan benar serta dengan sabar membimbing saya dalam proses penyelesaian laporan tesis.
4. Dr. Timbul Raharjo, M.Hum, selaku Ketua Program Studi Tata Kelola Seni Pasca Sarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang bersedia untuk meluangkan waktu untuk berdiskusi, memberi dukungan, dan membimbing saya selama proses penyusunan tesis.
5. Seluruh Informan dalam penelitian ini yaitu: Bapak Hero Darmawanta selaku Kepala Bagian Promosi Dan Pemasaran Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, Bapak Vincentius Hargo Pamungkas selaku Direktur Keuangan Dan Umum PD.Jogjatama Visessa, serta Ibu Deltha selaku Manager Museum

De Mata Yogyakarta yang telah meluangkan waktu dan memberikan banyak informasi.

6. Dinas Pariwisata Provinsi DIY yang telah memberikan kemudahan dalam memberikan informasi.
7. Seluruh staf perpustakaan Pasca Sarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Seluruh staf Biro Administrasi Akademik Kemahasiswaan (BAAK), yang telah membantu penelitian ini.
9. Seluruh Dosen Manajemen Tata Kelola Seni di Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
10. Kedua orang tuaku, Bapak Vinsensius Singlip, S.Pd dan Ibu Baharin, S.Pd yang selalu memberi masukan, mendukung, dan selalu ada di belakang saya.
11. Kekasihku Priska Meiclien Nayoan yang selalu memberikan dukungan dan selalu berada di samping saya, partner dan sahabat seperjuangan saya dalam bermusik di Lifely Band, Jimmy Sembiring, Budianto, dan Daud Erwin, terima kasih untuk perjuangan dan kesetiaannya.
12. Teman-teman Lifamily Yogyakarta, Band Indie Yogyakarta, sahabat IKNA, sahabatku seperjuangan Pasca Sarjana ISI angkatan 2011, angkatan 2012, teman-teman Fakultas Penciptaan Seni dan Pengkajian Seni, dan adik-adik kelas Magister Tatakelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
13. Dan semua pihak lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu dalam tulisan ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi berkat bagi kita semua. Akhir kata, peneliti menyampaikan permohonan maaf apabila masih ada kekurangan dalam penulisan ini dan berharap semoga tesis ini dapat memberikan masukan dan bermanfaat bagi masyarakat dan pihak-pihak terkait. Tuhan Memberkati.

Yogyakarta, 20 Februari 2015

Bruno Lukas Ray

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Motto Dan Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Intisari	xiii
<i>Abstract</i>	xiv
Bab I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Metode Penelitian.....	8
1. Populasi Dan Sampel.....	8
2. Jenis Dan Sumber Data.....	9
Bab II Tinjauan Pustaka.....	10
A. Tinjauan Pustaka.....	10
1. Kajian Pariwisata.....	11
2. Manajemen Promosi Pariwisata.....	12

3. <i>E Tourism</i>	13
4. Kajian Peta Elektronik Sebagai Media Informasi.....	14
B. Landasan Teori.....	16
1. Kerangka Teori.....	16
a. Faktor Lingkungan Internal.....	18
a.1. <i>Strength</i>	18
a.2. <i>Weakness</i>	18
b. Faktor Lingkungan Eksternal.....	18
b.1. <i>Opportunity</i>	18
b.2. <i>Threat</i>	18
2. Kerangka Berpikir Penelitian.....	19
Bab III Metode Penelitian.....	20
A. Jenis Penelitian.....	20
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	20
C. Populasi Dan Sampel.....	20
D. Jenis Dan Sumber Data.....	22
1. Studi 1.....	23
2. Studi 2.....	23
3. Studi 3.....	24
E. Teknik Analisis Data.....	24
Bab IV Hasil Penelitian, Analisis, Dan Pembahasan.....	25
A. Penyajian Hasil.....	25
1. Survei Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.....	25
a. Kondisi Geografis.....	25
b. Potensi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.....	27

2. Persepsi Masyarakat Dan Kelayakan Peta Elektronik.....	29
a. Kelayakan Peta Elektronik.....	33
a.1. Canggih.....	40
a.2. <i>Up To Date</i>	40
a.3. Informasi.....	41
a.4. <i>User Friendly</i>	42
b. Peran Peta Elektronik Dalam Promosi Pariwisata DIY..	42
b.1. Agung Supriyadi.....	42
b.2. Hasan Simbolon.....	43
b.3. Priska.....	43
b.4. William Tampi.....	43
b.5. Jimmy Sembiring.....	44
3. Analisis SWOT.....	50
4. Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.....	52
a. Bapak Hero Darmawanta.....	53
b. Bapak Vincentius Hargo.....	55
c. Mbak Deltha.....	57

Bab V Simpulan Dan Saran..... 60

A. Simpulan..... 60

B. Saran..... 60

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke DIY.....	3
Tabel 1.2 Data Perkembangan Wisatawan DIY Tahun 2004 – 2008.....	4
Tabel 4.1 Data administratif Daerah Istimewa Yogyakarta.....	25
Tabel 4.2 Data sebaran lokasi obyek wisata DIY.....	27
Tabel 4.3 Data sebaran hotel bintang dan melati.....	28
Tabel 4.4 Pemetaan jenis kriteria terhadap aspek yang ditemukan.....	39
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	47
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan domisili.....	47
Tabel 4.7 Tabulasi hasil polling dalam persentase.....	49
Tabel 4.8 Tabel Analisis SWOT Sistem Informasi Peta Elektronik.....	51
Tabel 4.9 Rangkuman wawancara dengan Bapak Hero Darmawanta.....	54
Tabel 4.10 Rangkuman wawancara dengan Bapak Vincentius Hargo.....	55
Tabel 4.11 Rangkuman wawancara dengan Mbak Deltha.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berpikir penelitian (model penelitian).....	20
Gambar 4.1 Rumah Joglo khas Yogyakarta.....	26
Gambar 4.2 Pesona alam pantai Pok Tunggal, Gunung Kidul.....	27
Gambar 4.3 Data perkembangan jumlah kunjungan wisatawan.....	29
Gambar 4.4 Peta pariwisata Yogyakarta.....	30
Gambar 4.5 Proses wawancara dengan Bapak Agung.....	32
Gambar 4.6 Bentuk tampilan peta elektronik.....	34
Gambar 4.7 Tampilan kolom kuesioner pada halaman bagian bawah.....	45
Gambar 4.8 Tampilan sebaran titik obyek pariwisata peta elektronik.....	52
Gambar 4.9 Wawancara dengan Bapak Hero Darmawanta.....	53
Gambar 4.10 Bapak Vincentius Hargo selaku Direktur Keuangan.....	57
Gambar 4.11 Museum De Mata Yogyakarta.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Wawancara

1. Daftar Responden Penelitian
2. Daftar Responden Sekaligus Informan Penelitian
3. Daftar Pertanyaan Responden Wawancara
4. Daftar Pertanyaan Responden Sekaligus Informan Penelitian

Lampiran 2. Daftar 10 Pertanyaan Penelitian Kuesioner

Lampiran 3. Daftar 10 Pertanyaan Kuesioner Pada Tampilan Website

Lampiran 4. Tampilan Hasil Polling Dalam Gambar

Lampiran 5. Data Responden Kuesioner Digital

Lampiran 6. Data Karakteristik Responden Dengan Analisis Crosstab (Jenis Kelamin)

Lampiran 7. Data Karakteristik Responden Dengan Analisis Crosstab (Alamat)

Lampiran 8. Peta Sebaran Titik Wisata Daerah Istimewa Yogyakarta

Lampiran 9. Surat Keterangan Ijin Penelitian / Riset

**PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI PETA ELEKTRONIK
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Tesis

Magister Tata Kelola Seni
Konsentrasi Manajemen Budaya dan Pariwisata
Program Pasca Sarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2015
Oleh Bruno Lukas Ray

INTISARI

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting yang memegang peranan yang sangat besar dalam perkembangan ekonomi Indonesia. Dalam perkembangannya sektor pariwisata memerlukan teknik manajemen yang baik agar selaras dengan program pemerintah dalam pemberdayaan masyarakat sadar wisata dengan tujuan untuk menaikkan nilai kedatangan wisatawan. Proses manajemen yang baik harus memperhatikan banyak aspek terutama adalah aspek teknologi. Teknologi secara cerdas menawarkan bentuk promosi yang lebih kreatif, lebih efektif, dan efisien, dengan kemasan yang tidak terbatas, termasuk pada bentuk panduan perjalanan yang mampu merangkum segala bentuk informasi berupa peta elektronik.

Penelitian ini dikerangkai oleh beberapa teori sebagai landasan dalam berpikir. Teori yang termasuk di dalam tesis ini terdiri dari beberapa lintas teori yang berasal dari beberapa disiplin ilmu yang berbeda namun saling mendukung. Termasuk didalamnya adalah teori korespondensi yang akan menemukan kebenaran akan kebutuhan penggunaan peta elektronik sebagai media informasi sekaligus sebagai alat promosi pariwisata. Penelitian ini juga akan mencari nilai berdasarkan persepsi masyarakat mengenai penggunaan peta elektronik.

Penulisan tesis ini akan menggunakan pendekatan kualitatif yang nantinya akan didukung oleh data kualitatif dan data kuantitatif. Penelitian ini secara garis besar adalah untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan peta elektronik berdasarkan persepsi masyarakat terkhususnya adalah para pelaku wisata yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pendekatan studi kasus akan mengambil bagian dengan menyelidiki serta memahami fenomena sosial dan mencatat rangkaian stimulus ketika masyarakat dihadapkan pada pilihan penggunaan peta kertas dan peta elektronik.

Hasil dari penelitian ini akan mengungkap suatu kebenaran dan tahapan dalam menemukan solusi mengenai kebutuhan media informasi yang dibutuhkan oleh para wisatawan sehingga nantinya menghasilkan sebuah masukan untuk mengembangkan suatu media promosi pariwisata yang kreatif dan bermanfaat bagi pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci : sistem informasi, peta elektronik, media promosi, pariwisata.

**PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI PETA ELEKTRONIK
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Thesis

Magister of Art Management
Concentrate for Art and Culture Tourism
Graduate Program of Indonesia Institute of the Art Yogyakarta, 2015
By Bruno Lukas Ray

ABSTRACT

Tourism is one of the important sectors which holds a very large role in the economic development of Indonesia. In its development the tourism sector requires for good management techniques in order to be aligned with government programs in tourism-conscious community empowerment with the aim to raise the grades of tourist arrivals. Good management processes focus to many aspects especially the technology. Technology intelligently offers a form of promotion of a more creative, more effective, and more efficient, with packaging that is not limited to, including in the form of a travel guide are able to encapsulate all forms of information in the form of an electronic map.

This research build by some theorists as the brainstorm concept. The theory that are included in this thesis is composed of several traffic theory comes from several different disciplines but support each other. Including the correspondence theory is going to find out the truth will need the use of electronic maps as well as information media tourism promotion tool. The study also will be looking for value based on public perception on the use of electronic maps.

The writing of this thesis will use qualitative approaches that will be supported by quantitative data and qualitative data. The outline of the research is to know the effects of the utilization of electronic map based on the public perception from the perpetrator sights in the special region of Yogyakarta. The case study approach will be taking part with investigating and understanding social phenomena and recorded a series of stimulus when community faced with the choice of map paper and electronic maps.

The results of this research will uncover a truth and phases in finding a solution regarding the media needs the information needed by the tourists that would generate an input to develop a tourism promotion creative media and tourism benefit for the special region of Yogyakarta.

Keywords : information system, electronic maps, promotion media, tourism.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian Indonesia pada saat ini. Hal tersebut didasari pada minat masyarakat yang saat ini menganggap kegiatan wisata sebagai suatu kebutuhan yang harus dipenuhi, sebagai sebuah efek dari gelombang globalisasi dunia yang menuntut setiap orang untuk banyak menghabiskan waktunya di bidang kerja sehingga dibutuhkanlah suatu waktu untuk menyegarkan kembali keadaannya.

Menurut Nyoman, (2002; 33), pariwisata adalah kepergian orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggal dan pekerjaan sehari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada di tempat tujuan-tujuan tersebut; ini mencakup kepergian ke berbagai tempat termasuk kunjungan seharian atau darmawisata / ekskursi. Dalam pengertiannya, pariwisata dalam kacamata Nyoman memiliki keterkaitan terhadap segi manajemen dimana pariwisata sebagai suatu pola yang menggambarkan setiap kegiatan manusia yang teratur dan di respon oleh sebuah sistem besar yang juga memiliki pola teratur.

Manajemen dapat dipahami sebagai sebuah sistem besar yang merupakan sebuah respon dari sebuah pola yang dihasilkan oleh aktifitas manusia (kegiatan kepariwisataan). Terhadap kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh manusia terbentuklah sebuah sistem dengan tujuan agar kegiatan yang dilakukan dapat lebih tertata dengan baik yang saat ini dikenal dengan manajemen. Pariwisata perlu untuk menerapkan ilmu manajemen untuk menunjang pengelolaan dalam berbagai kegiatannya. Manajemen yang baik adalah manajemen yang

memperhatikan aspek sarana dan pra-sarana yang menyangkut perjalanan setiap orang dalam lingkaran pariwisata.

Manajemen yang dimaksud adalah manajemen yang bersangkutan pada hal kenyamanan para wisatawan dalam berkunjung atau ingin bepergian ke suatu lokasi wisata yang ada, baik di dalam maupun luar negeri. Oleh karena itu para pengelola objek wisata sudah seharusnya memikirkan suatu bentuk pengelolaan wisata yang mengedepankan aspek kenyamanan para wisatawan pada saat mengunjungi objek wisata yang ada, mulai dari infrastruktur, biro perjalanan, transportasi, hingga panduan perjalanan (*trip guide*).

Demikian pula di Indonesia yang memiliki objek wisata yang tidak sedikit. Dibutuhkan pengelolaan dan pengembangan wisata yang baik agar sektor pariwisata yang ada terjaga dan dapat memberikan andil bagi kemajuan bangsa di bidang industri pariwisata. Hal tersebut menjadi penting mengingat pada tahun 2009 sektor pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah minyak, gas bumi, dan minyak kelapa sawit, pada saat itu *World Tourism Organization* mencatat pariwisata Indonesia naik sebesar 1,38 % (*Data pariwisata global World Tourism Organization Januari – April 2009*; <http://www.bimbie.com/statistik-pariwisata-indonesia.htm>).

Kegiatan pariwisata di seluruh dunia mengalami penurunan pertumbuhan sebagai akibat dari krisis ekonomi global pada bulan Oktober tahun 2008. Memasuki awal tahun 2009, pariwisata dunia tercatat turun sebesar 8,4 %, dengan rincian pada kawasan Eropa turun sebesar 10,4 %, wilayah Amerika turun 5,4 %. Namun tidak demikian pada kawasan Afrika dan Asia yang ternyata mengalami kenaikan, yaitu untuk Afrika yang naik sebesar 3,1 % dan Asia yang bertumbuh sebesar 1,2 %. Indonesia termasuk negara yang mengalami kenaikan di ASEAN pada saat itu.

Sektor pariwisata memerlukan pengembangan yang dinamis agar dapat menjadi suatu sistem yang baik yang nantinya akan mampu untuk menyokong visi dan misi perekonomian nasional maupun daerah. Yogyakarta sebagai Daerah

Istimewa di Indonesia menyimpan banyak pesona wisata yang membutuhkan penanganan lebih lanjut yang bersifat dinamis. Julukan “Kota Pelajar” yang dimiliki Daerah Istimewa Yogyakarta seakan menjadikannya target kunjungan oleh para wisatawan setiap tahunnya.

Begitu banyaknya potensi pesona alam dan budayanya, Yogyakarta hingga saat ini masih tetap merupakan daerah tujuan wisata yang terkenal di Indonesia dan Mancanegara (Buku Statistik Kepariwisata Tahun 2013, Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta). Kenaikan jumlah kunjungan wisatawan memberikan pengaruh yang besar dalam perkembangan wisata di daerah Yogyakarta. Data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa pariwisata Yogyakarta sempat beberapa kali mengalami penurunan pada tahun 2008 dan pada tahun 2010, namun kembali tumbuh secara drastis pada tahun 2011 dan tahun 2012.

Tabel 1.1 *Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Daerah Istimewa Yogyakarta*

TAHUN	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Mancanegara dan Nusantara	Pertumbuhan (%)
2008	128.660	24,64	1.156.097	0,86	1.284.757	2,83
2009	139.492	8,42	1.286.565	11,29	1.426.057	11,00
2010	152.843	9,57	1.304.137	1,37	1.456.980	2,17
2011	169.565	10,94	1.438.129	10,27	1.607.694	10,34
2012	197.751	16,62	2.162.422	50,36	2.360.173	46,80

(Sumber : Buku Statistik Kepariwisata Tahun 2013)

Kenaikan kunjungan pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dialami pada tahun 2009 dengan nilai pertumbuhan sebesar 11,00 %, namun terjadi penurunan pada tahun 2010 pada angka 2,17 %. Di tahun 2011 kembali terjadi kenaikan pada angka 10,34 %, dan terus meningkat hingga pada tahun 2012 nilai kunjungan wisatawan Yogyakarta mencapai 46,80 %. Dengan data tersebut terlihat bahwa Yogyakarta memiliki potensi wisata yang sangat besar.

Yogyakarta menempatkan pariwisata sebagai sektor andalan bagi pertumbuhan ekonomi daerahnya. Tercatat bahwa Yogyakarta mampu menyumbangkan pendapatan sebesar Rp. 56.712.059.189,93 terhadap PAD DIY pada tahun 2007. Berikut data perkembangan wisatawan DIY pada tahun 2004 – 2008.

Tabel 1.2 *Data Perkembangan Wisatawan DIY Tahun 2004 - 2008*

Tahun	Hotel Melati		Jumlah	Hotel Bintang		Jumlah
	Wisnus	Wisman		Wisnus	Wisman	
2004	440.754	8.388	449.142	635.514	95.013	730.527
2005	428.147	11.215	439.362	539.302	92.273	631.575
2006	337.991	10.492	348.483	498.691	67.653	566.344
2007	558.304	17.281	575.585	587.893	85.943	673.836
2008	559.805	21.136	580.941	596.296	107.524	703.816

(Sumber : *Data Statistik Kepariwisataaan 2008*)

Begitu pentingnya sektor pariwisata yang ada di Yogyakarta menjadikannya harus dikelola dengan baik, salah satunya adalah dengan melakukan manajemen promosi yang tepat agar sektor pariwisata Yogyakarta tetap bertahan. Saat ini sistem promosi pariwisata Yogyakarta dinilai kurang maksimal karena masih menggunakan teknologi analog, sedangkan teknologi yang ada saat ini sebenarnya bisa dimanfaatkan agar hasil yang didapatkan melebihi teknologi analog tersebut.

Kaitan yang langsung dengan manajemen pariwisata adalah berhubungan dengan persoalan pemasaran produk pariwisata atau yang biasa dikenal dengan pengadaan media promosi. Jika berbicara mengenai media promosi, hal tersebut akan berkaitan dengan konsep pemasaran yang dalam hal ini sangat dibutuhkan karena menyangkut sebuah produk yang akan dipasarkan nantinya yang berujung pada keinginan dan kesepakatan bersama untuk mendapatkan sebuah keuntungan.

Konsep pemasaran adalah dasar pemikiran tentang bagaimana aktivitas pemasaran dapat dilaksanakan berdasarkan suatu filsafat yang mantap yang mengungkap pemasaran yang tanggap dan bertanggungjawab. Bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat elemen pokok yang terdapat dalam program pemasaran perusahaan yang meliputi *product, price, place, promotion (marketing*

mix is the combination of the four primary elements that comprise a company's marketing program; Danang Sunyoto, Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, 2014; 27).

Menurut Sofjan (2011), keenam konsep yang terdapat dalam falsafah pemikiran manajemen meliputi konsep produksi (*production concept*), konsep produk (*product concept*), konsep penjualan (*selling concept*), konsep pemasaran (*marketing concept*), konsep pemasaran sosial (*the societal marketing concept*), dan konsep pemasaran global (*the global marketing concept*). Sehingga dalam hal ini berarti promosi merupakan suatu bentuk manajemen yang sangat penting dan perlu untuk diperhatikan dengan baik.

Promosi pariwisata merupakan salah satu sektor promosi terpenting yang seiring perjalanan waktu harus selalu mengalami penataan ulang oleh para pengelola, karena promosi (pemasaran) berkaitan erat dengan kelangsungan siklus produk yang akan dipasarkan. Promosi wisata akan sangat menarik apabila ditampilkan dalam sebuah media yang menarik, mudah untuk diterima dan dipahami, serta unik. Media tersebut dapat berupa iklan (tayangan dan cetak), promosi teks, atau berupa panduan perjalanan.

Panduan perjalanan sangat dibutuhkan oleh para wisatawan terkhususnya para wisatawan asing, namun terkadang wisatawan lokal juga sering mengandalkan panduan perjalanan sebagai alat acuannya dalam menjelajahi tempat wisata yang baru saja didatangi. Panduan perjalanan menjadi sesuatu yang sangat penting karena memuat sumber informasi yang dibutuhkan oleh para pengunjung dalam memenuhi kebutuhan berwisatanya. Hal ini menjadikan panduan wisata menjadi sebuah kebutuhan yang sangat penting.

Wisatawan membutuhkan suatu bentuk panduan praktis dalam menjelajahi setiap panorama wisata di Yogyakarta yang letaknya berjauhan satu dengan yang lainnya. Panduan tersebut harus memenuhi syarat menunjukkan suatu bidang yang berisi lokasi dan titik acuan untuk mereka tuju. Panduan tersebutlah yang saat ini dikenal sebagai peta. Peta berfungsi sebagai acuan untuk menentukan lokasi

penjelajahan dengan menunjukkan titik yang akurat. Peta juga memberikan gambaran bagi wisatawan mengenai titik lokasi yang akan dituju.

Peta merupakan salah satu bentuk sistem informasi yang berfungsi memberikan informasi mengenai objek-objek dan lokasi yang berhubungan dengan titik navigasi dan erat kaitannya dengan pariwisata, seperti hotel, rumah makan, travel, rest area, bahkan sarana lainnya seperti rumah sakit, kepolisian, dan lain sebagainya. Hal ini sangat penting dan berguna terutama bagi para pendatang atau wisatawan yang baru mengenal daerah Yogyakarta.

Peta tidak hanya menampilkan informasi mengenai jalan secara jelas, tetapi juga berisi informasi tambahan yang memuat objek-objek dimana lokasi wisata tersebut berada beserta rute yang bisa dilalui. Peta memiliki kaitan yang erat dengan pariwisata, dimana peta biasanya digunakan oleh seseorang yang sebagian besar mencari titik lokasi yang ingin dikunjungi ketika mereka sedang berwisata. Saat ini di Yogyakarta, sarana pengembangan peta kurang begitu diperhatikan dan juga masih menggunakan teknologi cetak (teknologi analog).

Pemanfaatan peta serta pengembangannya masih kurang begitu diandalkan padahal jika dimanfaatkan dan diolah dengan dukungan teknologi saat ini akan mampu berfungsi dengan baik dan memiliki banyak manfaat. Peta yang selama ini dikenal sangat analog dengan teknologi cetak pada media kertas mampu menyuguhkan suatu tampilan yang baru sebagai sebuah media promosi wisata jika dikelola dan dimanfaatkan dengan baik. Keadaan teknologi yang saat ini sudah maju memungkinkan segala hal menjadi baru melalui kemampuan diluar nalar.

Perkembangan teknologi pada saat ini memungkinkan para pelopor teknologi untuk menyajikan peta kedalam bentuk yang lebih praktis dan mudah untuk dibawa kemana-mana. Dengan ditemukannya teknologi aplikasi menjadikan peta mampu bersinergi dengan teknologi sistem operasi saat ditemukannya telephone pintar (*smartphone*), maka dari itu pengembangan sektor pariwisata Yogyakarta dengan memanfaatkan peta elektronik akan sangat menjanjikan.

Sekarang ini, pemanfaatan teknologi sudah mulai diterapkan di berbagai bidang pariwisata yang ada di Yogyakarta. Pariwisata Yogyakarta saat ini sudah mulai berbasis pada sistem informasi semenjak ditemukannya sistem komputerisasi dan internet yang tertata dengan baik, sehingga hal tersebut memberikan stimulus bagi para pelaku wisata untuk melakukan penataan pariwisata berbasis *e-tourism*, mulai dari persoalan *travel agent*, *booking hotel*, informasi wisata, dan lain-lain.

Seiring dengan kebutuhan dan keadaan teknologi yang memungkinkan, membuat para pengelola objek wisata untuk memaksimalkan sistem promosi pariwisata melalui sebuah media yang lebih menarik dan selalu *up to date* sesuai dengan kebutuhan informasi oleh para wisatawan. Sistem informasi menjadi jawaban bagi media promosi pariwisata yang efektif dan dapat dimaksimalkan oleh para pengelola objek wisata dalam memasarkan produk pariwisatanya dengan kemasan yang baru dan lebih menarik serta kreatif.

Perkembangan teknologi internet memungkinkan pariwisata untuk menyebarkan informasi objek wisatanya ke berbagai penjuru dunia mengingat bahwa internet tidak memiliki batas dan mencakup skala dunia dalam wawasannya yang disebut dunia maya sejauh jaringan internet tersebut saling mengalami sinkronisasi (refleksi dunia nyata yang ditampilkan lewat internet). Hal tersebut secara otomatis akan mempengaruhi kegiatan promosi wisata dan mengacu pada kenaikan jumlah wisatawan.

Teknologi secara cerdas menawarkan bentuk promosi yang lebih kreatif, lebih efektif, dan efisien, dengan kemasan yang tidak terbatas, termasuk pada bentuk panduan perjalanan yang mampu untuk merangkum segala bentuk informasi berupa peta elektronik. Teknologi menjawab kebutuhan promosi tersebut melalui sebuah karya yang inovatif tanpa mengurangi nilai keindahan Yogyakarta sebagai salah satu kota budaya Indonesia. Namun di sisi lain promosi pariwisata Yogyakarta belum sepenuhnya mendukung sistem teknologi secara menyeluruh dan pemanfaatannya masih terbatas.

B. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana kelayakan peta elektronik dan pengaruhnya terhadap promosi pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Faktor internal dan eksternal apa saja yang mendukung dan menghambat promosi pariwisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Bagaimana solusi media promosi yang tepat bagi pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kelayakan dan pengaruh peta elektronik bagi promosi pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, pendukung dan penghambat perkembangan pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Mengembangkan strategi promosi yang tepat bagi pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penyusunan tesis ini menggunakan pendekatan kualitatif yang didukung dengan data kuantitatif pada penetapan kuesioner dengan menggunakan skala Likert yang bertujuan untuk mengukur nilai responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Hasil akan disajikan dalam bentuk naratif (informal) dan dalam bentuk tabel (formal).

1. Populasi Dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah para wisatawan yang berkunjung di daerah objek wisata di Yogyakarta dan para pengguna website dan sampel diambil melalui kuesioner digital yang dicantumkan pada halaman aplikasi website dengan jumlah sampel minimal 300 responden.

2. Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini akan menggunakan jenis data berupa data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif berupa data angka yang didapatkan dari penyebaran kuesioner atau angket, sedangkan data kualitatif berupa data keterangan-keterangan serta hasil uraian wawancara yang dilakukan terhadap para pelaku wisata dan para pihak pengelola pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh secara langsung melalui hasil wawancara terhadap para pelaku wisata serta data sekunder yang didapatkan melalui data pendukung penelitian lainnya seperti data publikasi, data dokumentasi, data kewilayahan objek wisata Yogyakarta, dan data-data berupa kebijakan pemerintah lokal.

