

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang begitu pesat membawa kehidupan manusia seolah-olah tanpa ruang dan waktu. Berbagai informasi yang terjadi di belahan bumi barat dengan media komunikasi seketika itu juga dapat diketahui oleh manusia di belahan bumi timur dan begitu pula sebaliknya. Media informasi dan komunikasi yang dahulu bekerja hanya berdasarkan bunyi, kode dan simbol sekarang berkembang pesat dengan gambar dan suara yang terlihat langsung dari seorang komunikator ke komunikannya. Dengan cepatnya perkembangan ICT (*Information Communication and Technology*) menyebar ke berbagai bidang keilmuan tanpa terkecuali ilmu pengelolaan/manajemen.

Pada abad 21 perkembangan ICT dan ilmu manajemen tidak hanya berdiri pada teori dan analisis, penggabungan keduanya menghasilkan suatu era terapan ICT dengan sebutan Sistem Informasi Manajemen (SIM), terbukti dengan perkembangan media SIM dan pengelolaannya yang telah merambah ke berbagai bidang. Kemudian memunculkan aktifitas elektronik baru dengan penambahan huruf 'e' di awal kata untuk menunjukkan terserapnya penggunaan sistem informasi elektronik di berbagai layanan kehidupan masyarakat seperti *e-Learning* dalam pendidikan, *e-Government* dalam

kepemerintahan, *e-Commerce* dalam dunia bisnis, *e-Service* dalam sektor jasa, bahkan *e-Tourism* dalam pariwisata, dll.

ICT melalui sistem jaringan komputer telah lama memunculkan media komunikasi internet, dan baru beberapa dekade belakangan ini menunjukkan pertumbuhan yang semakin pesat di Indonesia dengan penggunaan situs-situs *website* yang semakin tinggi. Internet telah berhasil menggabungkan manajemen informasi ke arah publikasi elektronik, meninggalkan pelayanan secara analog (non elektronik) dan menghasilkan satu media informasi *online*. Fenomena suatu organisasi dengan situs *website* dan portal-portal informasi *online* pun memiliki cakupan wilayah *onlinenya* yang sangat luas, ini menarik perhatian pemerintah untuk berperan serta dalam pengembangan situs *website* pemerintahan. Hal itu dinilai sangat berguna untuk mengkomunikasikan layanan dan program-program pemerintah dalam melayani *stakeholders*, baik *e-Government* dengan model G2G (*Government to Government*), G2C (*Government to Citizen*), G2B (*Government to Business*) atau G2E (*Government to Employment*).

Pilihan situs *website* pemerintah menjadi salah satu strategi utama dalam pelaksanaan pengembangan *e-Government* Indonesia, dengan proses yang sistemik melalui tahapan yang realistis dan terukur tentunya. Turunannya adalah pembuatan situs web pemerintah daerah yang merupakan tingkat pertama dalam pengembangan *e-Government* di Indonesia, dengan sasaran awal agar masyarakat Indonesia memiliki kemudahan memperoleh akses informasi.

Di sisi lain partisipasi pemerintah daerah sangat dibutuhkan untuk menjalankan program pemerintah pusat ke pemerintah daerah secara berkelanjutan, berbagai program pemerintah pusat diberbagai bidangpun telah berhasil diaplikasikan dengan baik oleh pemerintah daerah berkat penggunaan *e-Government* secara baik ini. Sebagai contoh di bidang pariwisata, pemerintah pusat telah mencanangkan program tahunan pariwisata Indonesia, yaitu tahun 2008 sebagai tahun kebangkitan kembali pariwisata nasional dengan program '*Visit Indonesia Year 2008*' yang melibatkan pemerintah daerah dalam mempromosikan potensi wisata daerah masing-masing secara besar-besaran.

Keseriusan pemerintah Indonesia terlihat dengan target pencapaian pemerintah akan jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia, diperkirakan sebesar 7 juta orang pada tahun 2008 atau lebih banyak 1,5 juta orang dari tahun 2007. Berbagai pagelaran dan festival budayapun digelar di seluruh daerah di Indonesia, mulai dari peringatan 4 tahun bencana tsunami di Aceh dengan agenda '*The 4<sup>th</sup> Commemoration of Tsunami*' sampai ke '*Lembah Baliem Cultural Festival*' di Jayawijaya, Papua. Model partisipasi pariwisata daerah sangat terlihat dalam suksesnya agenda wisata tahunan ini, dengan memunculkan agenda-agenda wisata daerah seperti *Visit Musi*, *Visit Toraja*, *Visit Bali*, *Visiting Jogja*, dll.

Pagelaran, festival dan *exhibition* yang hampir diadakan di seluruh provinsi, kabupaten dan kota di seluruh Indonesia, diharapkan dapat menarik minat wisatawan asing untuk berkunjung ke Indonesia dan mengunjungi

daerah-daerah lain di Indonesia, selain Bali yang sudah terkenal dengan pariwisatanya. Oleh karena itu pengenalan akan potensi wisata di berbagai daerahpun harus terus dilakukan secara gencar dengan mempromosikan potensi wisata daerah kepada wisatawan asing dan domestik. Disinilah peran besar media elektronik khususnya internet dikarenakan keunggulan jaringan *online* yang dapat langsung menyampaikan informasi ke setiap orang di berbagai negara.

Faktor kebutuhan lain adalah situs *website* pemerintah daerah sebagai *counter issue* dari berbagai permasalahan sosial dan keamanan, Indonesia yang selalu diterpa berbagai masalah keamanan sosial dan peran media yang selalu mengekspose secara besar-besaran dari permasalahan-permasalahan tersebut. Permainan media ini telah memberikan peran penting dalam pergulatan isu sosial masyarakat di negara manapun, dikarenakan keterbatasan kontinental maka aspek fleksibilitas medialah yang sangat berperan khususnya media elektronik. Sebagai contoh isu persiapan keamanan menjelang eksekusi mati terpidana bom Bali 1 yang diekspose secara besar-besaran di media, yang mengakibatkan munculnya *travel warning* dari pemerintah Australia dan Amerika yang melarang warganya berkunjung ke Indonesia karena alasan keamanan. Ini menggambarkan bagaimana peran media elektronik dalam menyampaikan pesan yang di ekspose secara besar-besaran akan berdampak sangat efektif dalam pengelolaan berbagai isu.

Secara efektif, promosi *online* agenda-agenda *Visit Indonesia Year* yang ada di berbagai daerah dapat di informasikan melalui portal instansi

daerah atau situs pemerintah daerah. Namun fakta dari permasalahan di daerah selama ini adalah *website* pemerintah daerah banyak yang belum berfungsi secara efektif, data dari penilaian depkominfo, tahun 2004 dari 224 jumlah situs *website* pemda provinsi, kabupaten dan kota, baru 200 situs web pemda (90%) yang bisa dibuka. Belum lagi nilai kualitas informasi daerah yang ingin disampaikan, termasuk didalamnya bagian pariwisata daerah. Apakah telah terpublikasikan atau hanya berfungsi sebagai informasi tambahan dan sebatas berita saja, belum menjadi media *online* sistem informasi wisata daerah yang lengkap dan terintegrasi dengan sistem layanan interaktif, dan transaksi wisata antara *producers* (sumber daya wilayah) dengan *customers* (target pasar). Harapannya adalah situs *website* pemerintah daerah tersebut telah dapat menggambarkan *brand* dan daya tarik wisata daerah di propinsi-propinsi Indonesia, sebagai sarana promosi pemda untuk menarik wisatawan.

Fungsi penting *electronic tourism* atau *e-Tourism* di media elektronik *website* pemerintah daerah disatu sisi sebagai salah satu alat *counter issue* sosial keamanan dan di sisi lain untuk memberikan promosi secara besar-besaran dalam efisiensi dan fleksibilitas pariwisata. Dengan menggunakan *e-Tourism* maka wisatawan sebagai subyek/pengguna produk/jasa pariwisata lebih dapat merencanakan perjalanan wisatanya ke indonesia dengan baik dan aman, maka sistem yang terintegrasi antara penyedia layanan *website* yang berbasis *e-Tourism* dalam hal ini pemerintah daerah dengan pelaku usaha wisata seperti biro perjalanan, hotel, restoran, agenda industri pariwisata serta industri terkait pariwisata lainnya. Diharapkan

dapat menjadikan pendorong pariwisata di daerah sehingga dapat mensukseskan program tahunan pemerintah Indonesia dalam *Visit Indonesia Year* [Rai Utama, 2008 dalam Bhairawa Putera dkk, 2008]. Penelitian ini ingin menunjukkan bagaimana gambaran pemanfaatan situs *website* pemerintah daerah melalui *e-Tourism* guna promosi wisata daerah yang lebih baik di portal-portal instansi pariwisata dan *website* pemerintah daerah di Indonesia.

Selain itu penelitian ini juga ingin melihat potensi penggunaan teknologi informasi pariwisata dengan *e-Tourism* dimasa yang akan datang, dengan melihat dari berbagai aspek terutama pengguna jasa wisata dan pelaku bisnis wisata. Merujuk pada penelitian seorang mahasiswa Thailand Nongnuch Songyu (2006) yang berjudul '*Analysis the potential impacts of E-Tourism on Tourism Industry in Thailand*' yang menunjukkan dampak yang luar biasa bagi optimalisasi dunia pariwisata di Thailand dengan memaksimalkan penggunaan teknologi informasi pariwisata *e-Tourism* oleh *website* pariwisata Thailand.

Oleh Karena itu terkait dengan agenda wisata nasional *Visit Indonesia Year* dan agenda wisata daerah *Visiting jogja* serta penggunaan *e-Tourism*, maka keinginannya adalah bagaimana promosi agenda *Visiting Jogja* di Daerah Istimewa Yogyakarta dapat menjadi *brand* wisata tahunan. DIY yang telah lama dikenal dengan khasanah budaya kraton jawanya yang tetap terjaga, telah menjadikan Yogyakarta memiliki daya tarik tersendiri dan merupakan kota tujuan wisata yang menduduki ranking tertinggi sesudah Bali, spesifikasi wisata DIY pun muncul dengan andalan wisata budaya keraton

jawanya. Guna mendistribusikan promosi wisata yang merata antara kota dan kabupaten, maka perlunya promosi pariwisata secara besar-besaran agar keterkenalan DIY sebagai daerah wisata dapat *langgeng* dan tidak berkumpul pada wilayah kota Yogyakarta saja.

Penjabaran di atas disesuaikan dengan visi Pemerintah Propinsi DIY yang tercantum pada RENSTRADA 2004-2008, pada point B adalah: 'Peningkatan pelayanan kepada masyarakat dengan memanfaatkan *e-Government*' dan misi pembangunan propinsi DIY Tahun 2020 yaitu: 'Menjadikan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai daerah Tujuan Wisata MICE (*Meeting, Incentive, Conference and Exhibition*) utama di Indonesia, didukung posisi Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai simpul strategis dan penting, dalam perhubungan dan komunikasi di Pulau Jawa', maka guna meningkatkan promosi pariwisata DIY dalam program tahunan *Visit Indonesia Year*, pemerintah DIY memperbesar penggunaan ICT dalam menunjang fasilitas *e-Government*. Pemerintah daerah telah memediasi salah satu media *website* pemerintah daerah dalam dinas pariwisata daerah dengan situs [www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com), guna menjalin komunikasi dengan *stakeholders* dan pemerintah daerah khusus dalam bidang pariwisata.

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang di atas mendorong peneliti untuk melihat fenomena *e-Government* dalam aplikasinya pada pariwisata (*e-Tourism*), dan perkembangan promosi program pariwisata daerah *Visiting Jogja* dalam program wisata tahunan *Visit Indonesia Year*, pada situs *website* dinas pariwisata DIY. Maka tercetuslah penelitian ini

dengan mengambil judul **“Pemanfaatan Situs Website Pariwisata Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Optimasi Promosi Program Visiting Jogja yang Berbasis *e-Tourism*”**.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Dari penjelasan latar belakang di atas menunjukkan pentingnya penggunaan media internet dengan menggunakan sistem *e-Government*, pada situs pemerintah daerah [www.visitingjogja.go.id](http://www.visitingjogja.go.id) dalam program promosi pariwisata daerah *Visit Indonesia Year* yang berbasis *e-Tourism*. Maka dapat disimpulkan rumusan masalah antara lain:

1. Apakah dinas pariwisata DIY telah memanfaatkan media online situs pariwisata pemerintah daerah dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah?
2. Seberapa efektif dan optimalkah pemanfaatan situs pariwisata daerah dalam hal ini situs [www.visitingjogja.go.id](http://www.visitingjogja.go.id) dalam mempromosikan wisata daerah pada agenda *Visit Indonesia Year* ?
3. Bagaimana implementasi *e-Tourism* pada situs web pariwisata di DIY?
4. Bagaimana kesiapan manajemen pemerintah daerah, (Dinas Pariwisata DIY) dan pelaku wisata dalam penerapan *e-Tourism*?
5. Bagaimana evaluasi produk *e-Tourism* pada situs website pariwisata daerah?

### C. TUJUAN PENELITIAN

Dari penjelasan latar belakang dan rumusan masalah penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menjelaskan bagaimana penggunaan situs *website* pariwisata pemerintah daerah di provinsi DIY dalam promosi *Visiting Jogja*, dalam agenda-agenda *Visit Indonesia Year*.
2. Menjelaskan efektifitas dan optimalisasi situs *website* pemerintah DIY dan atau portal pariwisata daerah yang ada di provinsi DIY dalam promosi *Visiting Jogja*, dalam agenda *Visit Indonesia Year*.
3. Menjelaskan implementasi *e-Tourism* pada situs *website* pariwisata pemerintah daerah dalam promosi *Visiting Jogja*, dalam agenda *Visit Indonesia Year*.
4. Menjelaskan kesiapan manajemen pemerintah daerah, (Dinas Pariwisata Daerah DIY) dan pelaku wisata dalam penerapan *e-Tourism*.
5. Mengevaluasi produk *e-Tourism* pada situs *website* pariwisata daerah.

### D. MANFAAT PENELITIAN

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat langsung ataupun tidak langsung terhadap :

1. Bidang praktik :
  - a. Memberikan informasi dan gambaran aplikasi kepada Pemerintah pusat khususnya Kementrian Budaya dan Pariwisata akan pentingnya promosi pariwisata daerah menggunakan ITC, dengan media *e-*

*Tourism* dapat mendukung program pariwisata nasional *Visit Indonesia Year* sebagai sumber pendapatan devisa Negara.

- b. Memberikan informasi dan gambaran aplikasi kepada Pemerintah Provinsi DIY khususnya Dinas Pariwisata DIY dan instansi yang terkait, agar lebih maksimal memanfaatkan media *e-Government* melalui *e-Tourism* terkait dengan situs *www.visitingjogja.go.id* dalam mempromosikan program wisata daerah *Visiting Jogja* sebagai sumber devisa daerah.
- c. Memberikan informasi kepada Wisatawan asing, domestik dan pelaku-pelaku pariwisata lainnya, dapat menggunakan fasilitas sistem informasi kunjungan dan pariwisata serta peluang bisnis wisata, dengan adanya media informasi *online* melalui *e-Tourism* pada situs *website* pariwisata pemerintah daerah informasi dan layanan-layanan tentang pariwisata dapat mudah didapat.

2. Bidang teroris :

- a. Dalam wilayah akademisi, sebagai referensi studi yang berkaitan dengan penggunaan *e-Tourism* pada situs *website* pariwisata pemerintah daerah dan pemanfaatannya pada promosi pariwisata daerah.
- b. Dalam wilayah professional, sebagai pelengkap informasi bagi penerapan perancangan aplikasi sistem informasi kepariwisataan yang berbasiskan *e-Tourism*.