

E-TOURISM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA

**(Studi Deskriptif Pelaksanaan E-Tourism dalam Mengkomunikasikan
Pariwisata Kota Yogyakarta)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh
DIAN ROCKMAD BAYUTIRTO
20100530186**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta :

Hari : Selasa
Tanggal : 13 Oktober 2015
Tempat : Ruang Negosiasi Ilmu Komunikasi UMY
Dengan nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Erwan Sudiwijaya, S.Sos., M.BA.

Penguji II

Zein Mufarrih M., S.IP., M.I.Kom.



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal: 13 Oktober 2015


Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini adalah:

Nama : Dian Rockmad Bayutirto
NIM : 20100530186
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Judul Skripsi : E-Tourism sebagai Media Komunikasi Pemasaran
Pariwisata (Studi Deskriptif Pelaksanaan E-Tourism dalam
Mengkomunikasikan Pariwisata Kota Yogyakarta)

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari, karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 13 Oktober 2015

Yang membuat pernyataan,

Dian Rockmad Bayutirto

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah 5-6)

“Jangan patah semangat walau apapun yang terjadi. Jika kita menyerah, maka habislah sudah.”

(Top : The Billionaire)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orangtua saya, Irsyam Wiryanto dan Siti Chuzaimah, yang tiada henti memberikan doa dan dukungannya.

Empat Dian Bersaudara, Dian Sidiq Pangarso, Dian Ulfah Kartikasari,
Dian Dyah Kusumastuti, dan Dian Thoga Pernoto.

Almamater kebanggaan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
Jurusan Ilmu Komunikasi, *Be Creative, Inspiring People.*

THANKS TO

Alhamdulillah, segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kemudahan yang diberikan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, dan para sahabatnya.

Terimakasih kepada dosen pembimbing, sekaligus sosok inspiratif, Ibunda Dr. Tri Hastuti Nur Rochimah, S.Sos., M.Si. yang telah membimbing dengan *jam terbangnya yang tinggi*, yang telah memberikan semangat dan energi positifnya dalam pengerjaan skripsi ini.

Terimakasih kepada mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos., M.BA. dan mas Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom. yang telah menjadi dosen penguji skripsi ini, yang memberikan masukan dan kritiknya agar skripsi ini lebih baik.

Terimakasih kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta, bu Yetti Martanti, mbak Herni Putranti, pak Nurwind, pak Jo atas waktu dan kesempatan yang diberikan demi kelancaran pengambilan data penelitian skripsi ini.

Terimakasih kepada segenap dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalaman.

Terimakasih kepada segenap staf TU, pengajaran dan karyawan UMY. Terutama Pak Jono, Pak Muryadi, Pak Yuni dan Mbak Siti. Terima kasih atas bantuannya.

Maturnuwun mas Tri Harto atas fasilitas laptopnya yang kuat berdiri tanpa sandaran lagi. Terimakasih jadi bisa mengetik skripsi dimana pun berada.

Thankyou so much Libgen.org, yang sekarang sudah berganti alamat gen.lib.rus.ec, thanks atas sumber buku-buku referensi online yang lumayan lengkap. Bisa hemat duit tanpa ngeprint, tanpa fotokopi, tanpa bawa buku tebal kemana-mana.

Terimakasih kepada *Google Translate*, mas Nurul, dan temen-temen *American Corner* UMY yang membantu proses penerjemaahan buku-buku teori berbahasa Inggris.

Terimakasih kepada bu Ratih, mbak Anti, Widya, Una, Ichak, Deansha, Hefi, mbak Sakinah, mbak Ria, Adit, Rifki serta segenap keluarga Biro Humas dan Protokol UMY yang menjadi rumah kedua saya, sekadar teman makan siang, *numpang* internetan.

Terimakasih teman-teman seperjuangan skripsi, teman *ngeperpus*, teman *ngantri* bimbingan konsultasi Della, Eka, Wiendha. Akhirnya kita pendadaran pada waktunya.

Thanks *Instagram* atas aplikasi yang membantuku untuk membunuh kejenuhan, jadi punya hobi baru, jadi punya temen-temen baru, jadi pemenang jalan-jalan gratis, dan rejeki menyenangkan lainnya.

Terimakasih kepada sahabat-sahabat yang selalu berbagi keseruan akhir-akhir ini, Haryo, Rehan, Nana, Gilang, Nugi, Panggah, Indra, mang Elsan, Bagas, Jank, Ojan, Agung, Risal dan *#myfriendofinstagram*, terimakasih telah menemani jalan-jalan dan mengeksplor talenta fotografi saya.

Arigatou gozaimasu ONE OK ROCK, L'arc~en~ciel, Payung Teduh, Yuna, Majestic Casual, Sia, Kodaline, One Republic, Lorde dan UK TOP 40 *Singles Chart* yang diputar terus menerus menjadi *original soundtrack* saya saat mengerjakan skripsi.

Terimakasih kepada segenap Ranger Ikom Radio, Dilla, Tika, Wafda, mas Miftah, mbak Frida, mas Tomo, Tya, Rima. Terima kasih atas keseruannya semasa kelar jam kuliah.

Terimakasih kepada teman-teman sekampus Unggul dan Islami, terutama teman seangkatan *Public Relations* UMY 2010. Semangat dan sukses selalu buat kita ya *guys!*

Terimakasih kepada rumah ketiga saya, penghasil uang saku tambahan, RadioQ Jogja, Telkomsel, Colorful Photography. Terimakasih atas pengalaman keluar dari *comfort zone*-nya.

Untuk siapapun yang telah membaca dan membantu penulisan skripsi ini, maaf belum disebutin disini, terimakasih banyak ya!

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Siapa yang tak butuh untuk berwisata? Kini berwisata adalah kebutuhan untuk siapapun, baik golongan muda ataupun golongan tua. Berwisata adalah sebuah kebutuhan yang menyenangkan. Setuju? Ya dengan berwisata, pikiran akan menjadi jernih dan banyak pengalaman tak terduga yang dirasakan. Tak hanya itu, berwisata juga akan memberikan nilai positif bagi perekonomian bangsa. Di era digital ini, mudah sekali untuk melakukan kegiatan berwisata. Ada banyak *travel agent* yang menawarkan paket-paket wisata yang bermacam-macam. Ditambah info-info mengenai perjalanan, tempat wisata atau info estimasi biaya berwisata dapat diakses dengan mudah melalui genggaman tangan atau internet. Tak heran jika beberapa tempat wisata yang baru, tiba-tiba didatangi wisatawan dengan jumlah yang besar, bahkan sampai menjadi *trending topic* di kalangan *netizen*.

Kota Yogyakarta adalah salah satu destinasi kota wisata primadona bagi para wisatawan domestik ataupun mancanegara. Mulai dari wisata kuliner, budaya, hingga *event-event* kesenian, Yogyakarta menawarkan pengalaman yang beragam, sehingga tak cukup hanya sehari di kota ini. Maka detail-detail informasi kepariwisataan sangat diperlukan untuk menyusun *itinerary* serta menentukan kebutuhan calon wisatawan. Untuk efisiensi, semestinya informasi tersebut dapat diakses dengan mudah melalui sistem *e-tourism*. Dengan latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian berjudul "*E-tourism* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pariwisata" dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan *e-tourism* dalam mengkomunikasikan pariwisata di kota Yogyakarta dan juga untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat kesiapan manajemen Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta serta *stakeholder* pelaku wisata dalam penerapan *e-tourism*.

Penelitian ini dilakukan karena kajian *e-tourism* belum banyak diangkat ke ranah penelitian di bidang ilmu komunikasi. Disamping itu, Indonesia memiliki banyak potensi-potensi wisata, khususnya Yogyakarta. Demikian, penulis berterimakasih kepada Ibunda Tri Hastuti yang telah sabar membimbing selama proses penulisan penelitian ini, serta Mas Zein dan Mas Erwan selaku dosen-dosen penguji yang telah memberikan masukan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca untuk penelitian lebih lanjut.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 13 Oktober 2015

Dian Rockmad Bayutirto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGESAHAN	II
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	III
MOTTO	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	V
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL.....	XIV
ABSTRAK	XV
ABSTRACT	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	9
1.4.1 <i>Manfaat Teoritis</i>	<i>9</i>
1.4.2 <i>Manfaat Praktis</i>	<i>9</i>
1.5 KERANGKA TEORI	10
1.5.1 <i>Konsep Dasar E-Marketing.....</i>	<i>10</i>
1.5.2 <i>Konsep Dasar E-Tourism</i>	<i>19</i>
1.5.3 <i>Interactive Marketing Communications dalam E-Marketing.....</i>	<i>23</i>
1.6 METODE PENELITIAN	43

1.6.1	<i>Jenis Penelitian</i>	43
1.6.2	<i>Lokasi Penelitian</i>	44
1.6.3	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	44
1.6.4	<i>Teknik Analisis Data</i>	46
1.6.5	<i>Uji Keabsahan Data</i>	47
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....		49
2.1	PROFIL DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA YOGYAKARTA.....	49
2.1.1	<i>Visi dan Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta</i>	49
2.1.2	<i>Struktur Organisasi</i>	50
2.1.3	<i>Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta bidang Promosi dan Kerjasama Pariwisata</i>	51
2.1.4	<i>Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta seksi Promosi dan Pemasaran Pariwisata</i>	54
2.1.5	<i>Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta seksi Kerjasama Promosi dan Pemasaran Pariwisata</i>	57
2.1.6	<i>Lingkungan Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta</i>	59
2.1.7	<i>Rencana Kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta</i>	62
2.2	PENELITIAN TERDAHULU YANG BERKAITAN.....	64
BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN		68
3.1	LANGKAH-LANGKAH E-TOURISM DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA YOGYAKARTA.....	68
3.1.1	<i>Perencanaan E-tourism</i>	68
3.1.2	<i>Pelaksanaan E-tourism</i>	78
3.1.3	<i>Monitoring dan Evaluasi</i>	119

3.2	FAKTOR PENGHAMBAT DAN PENDUKUNG E-TOURISM DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA YOGYAKARTA.....	122
BAB IV PENUTUP		126
4.1	KESIMPULAN	126
4.2	SARAN.....	127
DAFTAR PUSTAKA		131
LAMPIRAN.....		134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 : Perbedaan Komunikasi <i>Traditional Media & New Media</i>	11
Gambar 1. 2 : Derajat Individualisasi <i>Traditional Media & New Media</i>	13
Gambar 1. 3 : Kerangka Kerja SOSTAC	18
Gambar 1. 4 : Pilihan Bauran Komunikasi Untuk Meningkatkan Pengunjung Website.....	24
Gambar 2. 1 : Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta	51
Gambar 3. 1 : Kerangka Kerja SOSTAC	76
Gambar 3. 2 : Tampilan <i>Homepage</i> pada <i>Website E-Tourism</i>	80
Gambar 3. 3 : Tampilan Halaman Agenda Kategori Wisata	81
Gambar 3. 4 : Tampilan Halaman Profil Visi dan Misi	82
Gambar 3. 5 : Tampilan Pilihan Berita	82
Gambar 3. 6 : Tampilan Halaman Pilihan Wisata Budaya	83
Gambar 3. 7 : Tampilan Halaman Pilihan Fasilitas Hotel	84
Gambar 3. 8 : Tampilan Halaman Salah Satu Transportasi Kereta Api	84
Gambar 3. 9 : Tampilan Halaman Subkategori Asosiasi Pariwisata	85
Gambar 3. 10 : Tampilan Halaman Subkategori Kultur / Adat Tradisi.....	85
Gambar 3. 11 : Tampilan Halaman <i>Link</i> Peta	86
Gambar 3. 12 : Tampilan Halaman Salah Satu Artikel Potret	86
Gambar 3. 13 : Tampilan Halaman Submenu Pengumuman.....	87
Gambar 3. 14 : Tampilan Halaman <i>Link</i> Buku Tamu dan <i>Polling</i>	87
Gambar 3. 15 : Tampilan Halaman <i>Gallery</i>	88
Gambar 3. 16 : Respon Informasi Hotel melalui <i>Twitter @TICJogjakota</i>	91
Gambar 3. 17 : <i>Signboard Event</i>	99

Gambar 3. 18 : Promosi Pada Majalah Wings Edisi Bulan Desember 2014	100
Gambar 3. 19 : <i>Timeline Facebook</i> TIC Kota Jogja	103
Gambar 3. 20 : Pertemanan pada <i>facebook</i> TIC Kota Jogja	104
Gambar 3. 21 : <i>Conversation</i> pada <i>Timeline Twitter</i> TIC Kota Jogja	105
Gambar 3. 22 : <i>Retweet</i> pada <i>Timeline Twitter</i> TIC Kota Jogja	106
Gambar 3. 23 : Penggunaan <i>Hashtag Twitter</i> TIC Kota Jogja	107
Gambar 3. 24 : <i>Update Via Twitter</i> pada <i>Timeline Facebook</i> TIC Kota Jogja...	109
Gambar 3. 25 : <i>About</i> pada <i>Facebook</i> TIC Kota Jogja	109
Gambar 3. 26 : <i>Bio</i> pada <i>Twitter</i> TIC Kota Jogja	110
Gambar 3. 27 : <i>Link</i> pada <i>Website</i> pariwisata.jogjakota.go.id	115
Gambar 3. 28 : Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 : Faktor Sukses Situs	22
Tabel 2. 1 : Jumlah Pegawai Menurut Latar Belakang Pendidikan	60
Tabel 2. 2 : Jumlah Pegawai Menurut Struktur Organisasi Dan Jabatan.....	61
Tabel 3. 1 : Tujuan dan Sasaran Renja SKPD Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta	70
Tabel 3. 2 : Pendistribusian Brosur ODTW dan Brosur Kuliner	97
Tabel 3. 3 : Pendistribusian Buku Panduan Wisata & Museum	97
Tabel 3. 4 : Pendistribusian <i>Goodie Bag</i>	98
Tabel 3. 5 : Pendistribusian DVD	99

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Dian Rockmad Bayutirto

E-tourism Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pariwisata

(Studi Deskriptif Pelaksanaan E-tourism dalam Mengkomunikasikan

Pariwisata Kota Yogyakarta)

Tahun Skripsi : 2015.x + 133 halaman + 17 halaman lampiran

Daftar Pustaka : 15 buku + 10 sumber online + 3 jurnal + 3 sumber instansi

Penelitian ini menganalisis bagaimana Pelaksanaan *E-tourism* Dalam Mengkomunikasikan Pariwisata Kota Yogyakarta oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *e-tourism* sebagai media komunikasi pemasaran pariwisata kota Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Subyek dalam penelitian ini adalah Ketua Bidang Promosi dan Kerjasama Pariwisata, Ketua Seksi Promosi dan Pemasaran Pariwisata, Tenaga Ahli Bidang Promosi dan Kerjasama, dan admin website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara mendalam (*in-depth interview*), dokumentasi, dan studi pustaka. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan *e-tourism* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta belum sempurna karena ada beberapa hal di dalam pengelolaan yang belum optimal, misalnya tidak adanya perencanaan yang spesifik mengenai *e-tourism*, artinya untuk menjalankan *e-tourism* pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta hanya melakukan update konten berita dan agenda. Dalam masalah struktur organisasi, pembagian tugas belum sesuai karena terdapat *double job*, artinya kinerja masih belum fokus untuk bidang tertentu, sehingga berdampak pada keberlangsungan program kegiatan.

Kata kunci : E-tourism, Pariwisata, Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Study

Public Relations

Dian Rockmad Bayutirto

E-tourism as a Tourism Marketing Communication Media

(Descriptive Study of the Implementation of E-tourism in Communicating Tourism of Yogyakarta City)

Year: 2015.x + 133 pages + 17 appendices

References: 15 books + 10 online sources + 3 journal articles + 3 institution documents

This research attempted to analyze how Department of Tourism and Culture of Yogyakarta city implemented E-tourism to communicate tourism of Yogyakarta city. It aimed at finding out how E-tourism functions as a tourism marketing communication medium. The research was a descriptive qualitative research that the research subject was Chairperson of Tourism Promotion and Cooperation Department, Chairperson of Tourism Promotion and Marketing Division, an expert of Tourism Promotion and Cooperation Department, and a website admin of Department of Tourism and Culture of Yogyakarta city. The data were gathered through in-depth interview, documentation, and library research. A qualitative data analysis technique was employed to analyze the data.

The findings revealed that the implementation of E-tourism by Department of Tourism and Culture of Yogyakarta city was not adequately good due to the absence of detail planning of e-tourism that Department of Tourism and Culture of Yogyakarta city accessed the e-tourism only for updating news and the agenda. The sharing duty was also not in line with the organization structure that there was double job. It indicated that the performance did not focus on a certain filed so that it impacted on the implementation of the department schedule.

Keywords: E-tourism, Tourism, Marketing Communication