

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu kota yang istimewa di Indonesia, dimana daerah otonominya memiliki tingkatan setingkat dengan provinsi di Indonesia dan ibukota provinsinya terletak di Kota Yogyakarta. Yogyakarta sendiri memiliki beberapa predikat, salah satunya adalah sebagai kota kebudayaan, kota pelajar dan merupakan kota pariwisata. Sebutan Yogyakarta sebagai kota pariwisata menggambarkan potensi yang ada di provinsi ini. Selain itu Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang menjadi tujuan favorit para wisatawan dari lokal hingga mancanegara. Selain itu Yogyakarta juga memiliki destinasi wisata yang cukup lengkap, dimana dapat diperkirakan untuk jangka kedepan beberapa destinasi wisata akan dibanjiri oleh para pengunjung atau wisatawan. (CNNIndonesia, 2017)

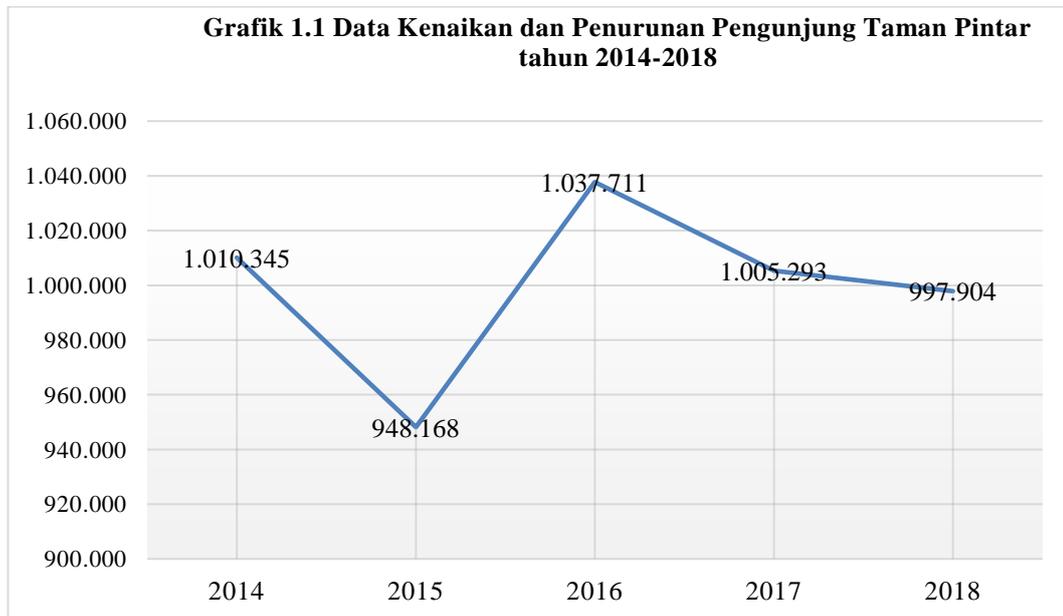
Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memiliki potensi pariwisata yang tinggi. Hal tersebut diambil dari berbagai macam faktor yang menjadi kekuatan dalam pengembangan wisata di DIY sendiri. Beberapa faktor pendukung yaitu salah satunya DIY sendiri memiliki keanekaragaman objek wisata yang menyeluruh dan relatif dapat dilihat dari segi fisik maupun non fisik. Yogyakarta memiliki banyak objek wisata yang dikategorikan menjadi 2 (dua) yaitu objek wisata budaya dan objek wisata buatan.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi yang terbesar di Indonesia, setelah hasil alam yang diberikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pariwisata merupakan salah satu bagian dari Indonesia. Di setiap penyelenggaraan pariwisata tertentu memiliki aturan yang berlaku. Aturan untuk pemerintah, wisatawan, pengusaha pariwisata, serta masyarakat telah tercantum dalam suatu produk hukum. Dalam hal ini adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Dengan adanya undang-undang tersebut, setiap destinasi wisata wajib untuk berpegangan/berpedoman pada UU Kepariwisataan tersebut. Kota Yogyakarta, selain disebut sebagai Kota Pendidikan juga disebut sebagai Kota Wisata.

Budaya pariwisata saat ini sedang mengalami kenaikan saat ini, terutama di Indonesia sendiri bidang pariwisata sangatlah sedang naik daun. Dalam satu dekade belakangan ini Indonesia sedang mengalami kenaikan dibidang pariwisata dari segi Internasional maupun lokal. Kekayaan alam dan budaya di Indonesia sangatlah beragam, mulai dari kekayaan laut, pantai, pegunungan dan masih banyak lagi merupakan salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan sebagai obyek wisata yang dimana dapat meningkatkan pendapatan tiap-tiap daerahnya. Kesadaran peran sektor pariwisata dalam meningkatkan perekonomian sangatlah penting bagi pihak pemerintah dengan memanfaatkannya menjadi destinasi wisata, dimana hal itu dapat memutar roda perekonomian wisata. Tak terkecuali dengan pariwisata domestik di kota Yogyakarta, tercatat bahwa kurang lebih 1000 orang mengunjungi Yogyakarta pada akhir pekan. Hal ini di buktikan pada penuhnya tempat parkir bus pariwisata yang ada di Ngabean, dan Malioboro.

Dalam hal ini obyek wisata alam sudah sangat biasa di Yogyakarta, Ini mengakibatkan para pelaku usaha pariwisata membuat konsep wisata yang belum pernah ada salah satu tempat wisata yang berbeda yaitu Taman Pintar dimana berkonsepkan tentang pendidikan atau Wisata Edukasi. Wisata Edukasi merupakan konsep yang sangat bagus dimana selain kita bisa menikmati wisata juga dapat mendapatkan ilmu dan bersifat menyenangkan.

Taman Pintar Yogyakarta (TPY) merupakan salah satu contoh dari wisata pendidikan atau sering disebut juga dengan wisata edukasi yang memiliki paling banyak pengunjung di Yogyakarta. Taman Pintar sendiri mempunyai tampilan bangunan nuansa modern dan tradisional dan sangat mendukung kebersamaan keluarga dan anak-anak. Taman Pintar berbeda dengan taman pada umumnya, disini Taman Pintar memberikan penawaran berupa wahana belajar dan rekreasi untuk anak-anak, baik untuk usia pra sekolah sampai tingkat sekolah menengah. Pada rentang usia tersebut merupakan salah satu generasi penerus yang sangat potensial mendapat pencerahan belajar ilmu dan teknologi (iptek). (Taman Pintar Yogyakarta Bikin Pintar, n.d.)



Sumber: Dinas Pariwisata DIY 2018

Hasil dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pengunjung Taman Pintar mengalami kenaikan dan penurunan, dimana jumlah pengunjung yang paling banyak pada tahun 2016 yang berjumlah 1.037.711 orang, sedangkan pengunjung paling rendah terdapat pada tahun 2015 dengan jumlah pengunjung sebanyak 948.168. Dapat dilihat bahwa dari tahun 2014 – 2015 mengalami penurunan, kemudian kenaikan terjadi pada tahun 2015 – 2016 yang cukup pesat, kemudian diikuti oleh tahun selanjutnya 2017 – 2018 mengalami sedikit penurunan.

Tabel 1.1

Wisatawan Taman Pintar tahun 2014 – 2018

No,	Wisatawan	2014	2015	2016	2017	2018
1.	Wisatawan Mancanegara (wisman)	289	-	-	-	-
2.	Wisatawan Nusantara (wisnus)	1.010.345	948.168	1.037.711	1.005.293	997.904
Jumlah		1.010.345	948.168	1.037.711	1.005.293	997.904

Sumber: Dinas Pariwisata DIY 2018

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata wisatawan Taman Pintar adalah wisatawan nusantara (wisnus) pada 5 tahun terakhir yang jika ditotal berjumlah 4.999.421 orang. Sedangkan wisatawan mancanegara hanya terdapat di tahun 2014 yang berjumlah 289 orang. Disimpulkan bahwa peminat Taman Pintar kebanyakan adalah wisatawan nusantara atau wisatawan lokal saja, dari sisi wisatawan mancanegara sepertinya Taman Pintar kurangnya diminati.

Taman Pintar sekarang melakukan sebuah inovasi dimana mereka menambahkan jam operasionalnya yang program tersebut disebut dengan program “Buka Malam”. Pihak Taman Pintar menambah jam operasionalnya dimana yang biasanya beroperasi hingga jam 17:00, namun sekarang Taman Pintar menambah jam layanan hingga pukul 21:00. Pembukaan wahana edukasi yang berada di pusat Kota Yogya sampai malam hari itu adalah terobosan pelayanan kepada masyarakat. Terutama hal itu ditujukan kepada wisatawan yang berkunjung di kawasan

Malioboro dan sekitarnya. "Dengan pembukaan Taman Pintar ini sampai malam, harapan kami bisa menambah wahana atraksi wisata pada malam hari di Kota Yogyakarta," ujar Kepala Bidang Taman Pintar Afia Rosdiana dalam keterangan pers, Selasa 5 Juni 2018. (Wahyudi, 2014)

Penambahan jam layanan tersebut sangatlah strategis dalam meningkatkan kunjungan dan lama tinggalnya wisatawan di Yogyakarta. Hal itu disebabkan dengan adanya pembukaan Taman Pintar ini sampai malam, dapat diharapkan bisa menambah wahana atraksi wisata pada malam hari di Kota Yogyakarta. Beberapa waktu yang lalu, Pemerintah Kota Yogyakarta juga menambah operasional Pasar Beringharjo di Malioboro hingga malam hari. (Wicaksono, 2018)

Selain itu tambahan jam buka malam menyajikan jenis wahana yang dapat diakses wisatawan di Taman Pintar pada malam hari meskipun jumlah pengunjung yang datang belum terlalu meningkat. Layanan baru yang diberikan pada malam hari adalah Rumah Gerabah atau Rumah Batik, ujar Afia Rosdiana (Kepala Bidang Taman Pintar Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta). Sebelumnya pada saat malam hari wisatawan hanya dapat mengakses sejumlah zona atau wahana bermain yang disebut "*Playground*", Perpustakaan, dan "*Science Theater*" yang menampilkan demo sains nan menarik. Zona lain seperti Gedung Kotak dan Gedung Oval belum bisa diakses saat malam hari. Tambahan program jam buka malam ini dimulai pada 5 Juni, dimana Taman Pintar sendiri buka hingga pukul 21:00 WIB. Jumlah pengunjung masih tergolong sedikit kurang lebih berkisar 100 orang. Meskipun demikian Afia menyebutkan bahwa akan menambahkan *Coffee Shop* yang sudah dilengkapi Wifi untuk para pengunjung pada malam hari. Selama libur lebaran

Taman Pintar dapat menembus 7000 pengunjung per harinya dimana jumlah tersebut dua kali lipat dari rata-rata pengunjung pada hari biasa, oleh sebab itu dari segi jumlah pengunjung yang cukup padat Afia khawatir pengunjung kurang nyaman karena keterbatasan lahan di Taman Pintar. (Rusqiyati, 2019)

Berdasarkan permasalahan di dalam Latar Belakang, saya ingin melakukan penelitian yang berjudul “Inovasi Program Jam Buka Malam di Taman Pintar dalam Meningkatkan Wisata Edukasi di Kota Yogyakarta”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana tahapan Inovasi Program Jam Buka Malam di Taman Pintar di Kota Yogyakarta?
- 2) Apakah Inovasi Program Jam Buka Malam di Taman Pintar dapat Meningkatkan Kualitas Pelayanan Wisata Edukasi di Kota Yogyakarta sudah terpenuhi?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui inovasi program jam buka malam yang dilakukan di Taman Pintar dalam meningkatkan Wisata Edukasi di Kota Yogyakarta

2. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang dapat diambil dari adanya penelitian diatas, yaitu sebagai berikut:

2.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu diharapkan dapat memberikan sebuah pemahaman dan ilmu pengetahuan mengenai pengembangan dan pemanfaatan Inovasi Program Jam Buka Malam yang dilakukan di Taman Pintar dalam meningkatkan wisata edukasi di Kota Yogyakarta. Kemudian juga dapat diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi sebagai bahan referensi serta rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya di masa yang akan datang.

2.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah diharapkan bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan ataupun mungkin sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah Kota Yogyakarta atau pihak Taman Pintar sendiri dalam meningkatkan pengelolaan inovasi jam buka malam di Taman Pintar. Serta melakukan adanya pembaharuan-pembaharuan terhadap inovasi dan ide-ide baru lainnya yang sudah ada menjadi lebih baik lagi.

D. Studi Pustaka

Tabel 1.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama Penulis	Penemuan/Temuan
1	Aspek Edukatif Taman Pintar Yogyakarta	Nur Hidayah (2016)	Hasil dari penelitian disini dapat ditunjukkan bahwa Taman Pintar dibangun untuk tempat rekreasi yang dapat mendidik atas wujud peduli dari Pemerintah Kota Yogyakarta dalam dunia pendidikan, terutama didalam bidang sains dan teknologi. Media yang berada pada Taman Pintar sangat beragam yang sudah dibagi menjadi enam zona, yaitu playground, gedung PAUD, gedung Oval, gedung Kotak, gedung Memorabilia dan terakhir adalah planetarium yang memiliki bebrabagi macam alat peraga yang sudah disesuaikan sebagaimana dengan kurikulum pendidikan yang ada di Indonesia, kecuali pada gedung PAUD. Aspek edukatif (kognitif, afektif, psikomotor) di Taman Pinta sudah diterapkan dan yang penting ditekankan Taman Pintar adalah aspek kognitif (pegetahuan) terutama pada bidang sains dan teknologi. (Hidayah, 2016)
2	Pengembangan Ekonomi Lokal Jatinangor Melalui Wisata Edukasi	Nandang Mulyana, Hani Fauziyyah & Risna Resnawaty (2017)	pengembangan ekonomi masyarakt melalui wisata edukasi ini tentunya tidak terlepas dari keterlibatan semua pihak. Pihak perguruan tinggi yang mempunyai sarana dan informasi yang dapat disebarkan kepada masyarakat. Di sisi lain masyarakat juga akan terdongkrak ekonominya dengan terlibat dalam wisata edukasi. Sementara wisatawan akan terbantu dengan informasi yang diterimanya. (Mulyana, Fauziyyah, & Resnawaty, Pengembangan Ekonomi Lokal Jatinangor melalui Wisata Edukasi , 2017)
3	Fasilitas Wisata Edukasi Air di Surakarta	Olivia Karlina Santoso (2013)	Tujuan proyek adalah untuk membantu pengunjung mendapatkan informasi dengan cara yang menyenangkan dengan mengalami air sebagai berkah dan bencana melalui eksterior dan interior bangunan (Santoso, 2013)
4	Collaborative Governance in	Arif Rahman Hakim,	Dampak tata kelola kolaboratif dalam manajemen Wisata edukasi Exotarium

	Managing Educative Tourism of Jogja Exotarium in Sleman Regency 2019	Muchamad Zaenuri, Helen Dian Fridayani (2019)	Jogja memiliki dampak baik dan positif bagi semua yang terlibat kelompok, yang dapat memberdayakan masyarakat, meningkatkan uang tunai desa, meningkatkan daerah penghasilan di sektor pariwisata, dan membuat desa lebih maju dan dikenal luas orang. Sedangkan implikasinya sendiri secara praktis adalah Desa dan Kabupaten Pemerintah melalui penelitian ini nantinya bisa menjadi rekomendasi ketika kontrak atau masa sewa telah berakhir, Pariwisata dapat dikelola bersama. Ini berarti bahwa pemerintah tidak hanya menyewakan tanah, tetapi berpartisipasi dalam mengelola Wisata Jogja Exotarium tidak hanya untuk berbagi visi, tetapi dapat diperluas di konteks partisipasi untuk kemitraan. Padahal, implikasi teoretisnya bisa dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan metode kuantitatif, atau mengembangkan teori lain. (Zaenuri, Fridayanti, & Hakim, 2019)
5	Strategi Pengembangan Desa Inovasi Pariwisata Kota Batu Dengan <i>Local Economic Resources Development (Lerd)</i>	Anggraeni Rahmasari & Juliani Pudjowati (2017)	Tujuan yang hendak didapat dari penelitian ini, adalah mengetahui potensi desa, mengidentifikasi hambatan yang dihadapi dan mendapatkan solusi strategi pengembangan desa inovasi sektor pariwisata di Kota Batu. (Rahmasari & Pudjowati, 2017)
6	Upaya Mewujudkan Wisata Edukasi di Kampung Tulip Bandung	Hary Hermawan, Erlangga Brahmanto & Suryana Suryana (2018)	Kegiatan pengabdian pada masyarakat difokuskan kepada pemberdayaan yang ditujukan untuk peningkatan tata kelola destinasi wisata edukasi Kampung Tulip. Langkah implementatif yang sudah dilakukan meliputi sebagai berikut: (1) Menggali dimana akar permasalahan dalam pengembangan destinasi wisata Kampung Tulip melalui observasi dan wawancara dengan pengelola; (2) Memberikan beberapa rekomendasi pengelolaan dengan melalui seminar-seminar dan pelatihan pengelolaan wisata edukasi dan pariwisata berkelanjutan

			kepada pengelola dari destinasi wisata Kampung Tulip; (3) Penyediaan buku panduan dalam pengembangan wisata edukasi Kampung Tulip. (Hermawan, Brahmanto, Musafa, & Suryana, 2018)
7	Pemberdayaan Masyarakat di Wisata Edukasi Imah Noong Kampung Areng Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat	Seno Hardianto, Titing Kartika & Rieke Sri (2018)	Hasil penelitian ini dapat diperoleh suatu kesimpulan tindakan atau kegiatan masyarakat dalam pelaksanaan konsep pendekatan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pariwisata, yaitu penguatan kapasitas dan peran masyarakat, penguatan akses dan peluang bisnis, dan penguatan kesadaran pariwisata. (Kartika, Sri, & Hardianto, 2018)
8	<i>Innovation Strategy Role in Tourists Visit Improvement. Context of Man-Made Tourism in Indonesia</i>	Muafi, Taufiq & Awan (2018)	Hasil studi merekomendasikan bahwa pariwisata buatan manusia memerlukan strategi inovasi yang inovatif, efektif, efisien dan tidak mudah ditiru untuk meningkatkan jumlah wisatawan sehingga mereka dapat bersaing dengan pariwisata lain seperti wisata alam dan budaya. Para pelaku usaha pariwisata buatan manusia perlu mengelola dengan baik dan profesional sehingga pengunjung pariwisata buatan manusia akan meningkat dalam jangka panjang. (MUAFI, 2018; Muafi, Wijaya, & Kostrad, 2018)
9	Kajian Tema Wisata Edukasi di Sindu Kusuma Edupark Dari Perspektif Pemasaran Pariwisata	Intan Putri Kusuma Dewi & Hermawan Hary (2017)	Hasil menunjukkan bahwa strategi positioning dengan menggunakan branding/tema Edupark (taman edukasi) yang sudah di terapkan oleh pengelola Sindu Kusuma Edupark kurang sesuai jika dapat dilihat dari target pasar wisatawan yang dituju. Mengingat dari mayoritas pangsa pasar wisata adalah merupakan wisatawan usia dari dewasa usia 20 sampai 34 tahun, yang datang hanya untuk melihat-lihat atau jalan-jalan menikmati wahana permainan. Hal ini mengakibatkan implementasi dalam strategi produk seperti permainan outbond dan pelayanan juga kurang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari wisatawan yang berkunjung.

			(Hermawan & Kusuma, Kajian Tema Wisata Edukasi DI Sindu Kusuma Edupark Dari Perspektif Pemasaran Pariwisata, 2017)
10.	Identitas Visual dan Media Promosi Wisata Edukasi Jendela Alam	Sari Ramadeni & Didit Widiatmoko Soewardikoen (2017)	Hasil sudah menunjukkan bahwa konsep Visual dalam menarik pengunjung atau wisatawan melalui identitas visual wisata Jendela Alam. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah melakukan pengembangan elemen pendukung logo yang dapat mempresentasikan visi, misi, filosofi perusahaan dan servis bisnins. Elemen pendukung ini diterapkan secara konsisten dan terintergritas secara keseluruhan dalam media promosi yang ada agar terciptanya <i>brand awarness</i> yang diharapkan. Dalam merancang elemen pendukung logo yang digunakan adalah beberapa unsur visual yang sangat mempengaruhi gaya visual yang dapat mempengaruhi gaya gambar dan warna, yaitu fologafi human interest dan unsur alam. (Ramadeni & Soewardikoen, 2017)
11.	Strategi Pengembangan Taman Wisata Kum Kum Sebagai Wisata Edukasi di Kota Palangkaraya	Evi Fitriana (2018)	Hasil menunjukkan bahwa strategi pengembangan taman wisata Kum Kum yaitu dapat membangun sarana dan prasarana seperti alat angkut dan sarana akomodasi. Serta mengembangkan produk wisata, dan melakukan kerjasama dengan para pihak swasta serta pemerintah dalam penanaman modal. Jika kekuatan peluang yang ada ditingkatkan serta meminimalisir kelemahan dan menghindari dari ancaman yang dilakukan oleh pengelola dan didukung oleh penerapan yang strategis pengembangan yang tepat maka taman wisata Kum Kum yang terletak di Kota Palangka Raya Kalimantan Tengah ini akan mampu bersaing dengan objek wisata lain yang berada pada Kota Palangka Raya maupun di Provinsi Kalimantan Tengah. (Fitriana, 2018)
12.	Perancangan Interior Café Edukasi dan	Christa Bella Hartawati (2016)	Hasil telah menunjukkan bahwa perencanaan yang dilakukan untuk sebuah fasilitas hiburan seperti cafe ataupun taman wisata sangat penting bagi masyarakat perkotaan

	tempat Wisata Di Surabaya		yang sudah mulai bosan dengan suasana kota yang serba maju dan moderen. Hadirnya tempat untuk berkumpul bersama-sama dengan orang yang kita sayang atau kasihan harus terkesan nyaman dan homey bagi pengunjungnya. Agar menjadikan suasana yang nyaman dan homey peran yang sangat penting yaitu desain interior dimana dapat menciptakan suasana dan memberikan efek relax bagi para pengunjung. Hal itu dapat terwujud dalam pembagian ruang yang baik, dan mampu mengerti akan keadaan dan kondisi alam sekitar bangunan, juga dilihat dari kebutuhan setiap pengguna bangunan tersebut. (S, 2016)
13.	Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pengunjung Taman Wisata Edukasi D’Kandang Depok	Wiwik Widiyanti & Julia Retnowulan (2018)	Penelitian ini diperoleh dari beberapa temuan tentang faktor-faktor dalam experiential marketing yaitu berupa sense, feel, think, act dan relate yang ternyata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengunjung di Taman Wisata Edukasi D’Kandang Depok. Semakin banyak pengunjung yang merasakan pengalaman yang berkesan dalam hal sense, feel, think, act dan relate maka loyalitas dari pengunjung sendiri akan bertambah. (Widiyanti & Retnowulan, 2018)
14.	Fasilitas Edukasi Wisata Tanaman Hias di Surabaya	Max William Gunawan & Ir. J. Lukito Kartono, MA (2014)	Fasilitas Edukasi Wisata Taman Hias di Surabaya adalah sebuah fasilitas edukasi yang memberikan edukasi tentang pentingnya sebuah ruang terbuka hijau serta memberikan informasi cara-cara merawat dan mengelola tanaman hias yang berbasis wisata, sehingga nanti masyarakat serta pengunjung diharapkan memiliki kesadaran akan pentingnya ruang terbuka hijau serta kemudahan dalam merawat berbagai macam jenis tanaman hias. Serta mampu membuat masyarakat atau pengunjung lebih menghargai lingkungan yang ada disekitarnya terutama mengenai lahan ruang terbuka hijau di area perkotaan dan menyadari bahwa ada hubungan timbal

			balik natara alam dengan kehidupan manusia. (Gunawan & Kartono, MA, 2014)
15.	Pengembangan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat	Anak Agung Gede Agung (2015)	Dalam mendukung karakteristik industri kreatif yang sudah mereka tekuni, mereka memiliki masalah terkait dengan sumber daya insani, seperti kekurangan tenaga yang terampil dan kreatif serta produktif. Kurangnya tempat pelatihan untuk industri kreatif, maka terjadi kesulitan dalam mencari sumber daya manusia yang mau dan mampu bekerja keras, kesulitan dalam mencari lembaga pendidikan dan pelatihan menghasilkan lulusan untuk industri kreatif. (Agung, 2015)

Berdasarkan tabel 1.2 mengenai tinjauan penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan diatas, dapat dilihat bahwa penelitian terdahulu memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Inovasi dalam peningkatan Wisata Edukasi. Akan tetapi tentunya penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti ini memiliki beberapa perbedaan dengan beberapa penelitian terdahulu. Terdapat perbedaan yang ada dari kelima belas jurnal tersebut yaitu pada program yang diteliti berbeda satu dengan yang lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu juga merupakan suatu penelitian baru yang sebelumnya belum pernah dilakukan penelitian. Sehingga layak untuk diteliti dan dijadikan penelitian. Dimana penelitian ini lebih difokuskan untuk membahas dan menganalisis mengenai Inovasi Program Jam Buka Malam di Taman Pintar dalam Meningkatkan Wisata Edukasi di Kota Yogyakarta.

E. Kerangka Dasar Teori

1. Pariwisata

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan atau perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan selama berpergian dan tinggal di lingkungan diluar kesehariannya dalam sementara waktu, bertujuan untuk memenuhi berbagai macam keperluan seperti liburan, bisnis, kesehatan. Dalam Bahasa asing, penggunaan kata wisata, pariwisata dan kepariwisataan cukup dengan menggunakan satu kata yaitu “*tourism*” namun dalam Bahasa Indonesia sendiri, memiliki makna yang berbeda-beda dan penggunaan yang tidaklah sama. Namun wisata sendiri hakikatnya memiliki hakikat: keunikan kekhasan, perbedaan, orisinalitas, keaneka ragaman, dan kelokalan. (Zaenuri. M.Si, 2018)

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Kepariwisataaan memiliki fungsi untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, serta intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Didalam UU No.10 Tahun 2009 juga menjelaskan bahwa kepariwisataaan diselenggarakan atas asas-asas sebagai berikut:

- a. Manfaat
- b. Kekeluargaan
- c. Adil dan merata
- d. Keseimbangan

- e. Kemandirian
- f. Kelestarian
- g. Partisipatif
- h. Berkelanjutan
- i. Demokratis
- j. Kesetaraan
- k. Kesatuan

Berdasarkan kesimpulan diatas bahwa kegiatan pariwisata memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Memiliki dua lokasi yang berkaitan, yaitu daerah asal dan tujuan atau destinasi.
- b. Sebagai daerah tujuan harus memiliki objek dan daya tarik wisata.
- c. Sebagai daerah tujuan, harus memiliki sarana dan prasarana pariwisata.
- d. Pelaksanaan perjalanan ke daerah bertujuan dilakukan dengan waktu yang sementara.
- e. Memiliki dampak khusus pada daerah tujuan dari segi sosial budaya, ekonomi dan lingkungan.

Agar suatu tempat dapat dijadikan sebagai objek pariwisata yang baik dan diminati oleh para pengunjung, haruslah memenuhi beberapa kriteria menurut (H. Oka A. Yoeti, 1997) diantaranya:

- a. *What they see* : objek wisata tersebut haruslah mempunyai daya tarik khas, agar wisatawan memiliki daya tarik untuk berkunjung ke tempat tersebut.

- b. *What they do* : objek wisata harus memiliki aktivitas yang bermanfaat, dengan adanya fasilitas rekreasi maupun arena bermain dapat meningkatkan perasaan bahagia dan tenang bagi pengunjungnya serta dapat menikmati destinasi wisata tersebut.
- c. *What they buy* : segala sesuatu yang bersifat menarik dan memiliki ciri khas yang dapat menggambarkan karakteristik tempat tersebut untuk dijual belikan kepada wisatawan yang berkunjung dan dapat dijadikan sebagai buah tangan atau oleh-oleh.
- d. *What they feel*: segala sesuatu yang mereka rasakan atau kesan setelah para pengunjung mengunjungi tempat wisata tersebut.

Dalam menunjang pengembangan pariwisata ada beberapa aspek (Astarina, 2010) sebagai berikut:

- a. *Attraction* (daya tarik)
Dimana objek wisata yang disuguhkan mampu menarik wisatawan dengan suatu ciri khas tertentu dari objek wisata tersebut yang dapat ditampilkan kepada wisatawan baik itu dari daya tarik berupa keindahan alam, budaya maupun masyarakatnya.
- b. *Accesable* (aksesibilitas)
Aksesibilitas adalah keterjangkauan destinasi objek wisata untuk dicapai, dimana para wisatawan dapat dengan mudah dalam mencapai tujuan ke destinasi objek wisata. Adanya ketersediaan transportasi, baik itu transportasi darat, laut maupun udara yang mendukung untuk mencapai lokasi tersebut secara aman dan nyaman.

c. *Amenities* (fasilitas)

Aspek amenities (fasilitas) merupakan salah satu syarat yang harus dimiliki oleh destinasi objek wisata untuk menunjang kegiatan pariwisata. Biasanya fasilitas yang dibutuhkan wisatawan dapat berupa tempat penginapan, masjid, tempat makan dan fasilitas sarana prasarana pendukung lainnya yang diinginkan wisatawan selama berada di wilayah destinasi objek wisata yang dikunjungi.

d. *Ancillary* (kelembagaan)

Dalam melakukan manajemen pariwisata diperlukan adanya kelembagaan yang dapat mengatur pariwisata untuk menjadi lebih baik. Kelembagaan ini juga sangat penting dalam menyusun suatu kerangka pengembangan pariwisata, membuat berbagai kebijakan, pengembangan sumber daya manusia bidang pariwisata dan juga berfungsi dalam mempromosikan pariwisata daerah agar dapat dikenal luas oleh masyarakat. Hal tersebut dilakukan untuk mendukung pengembangan pariwisata.

2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut (Raminto, 2005) adalah sebuah aktivitas atau pun serangkaian aktivitas yang memiliki sifat tidak kesat mata yang terjadi memiliki akibat adanya interaksi yang terjadi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang telah disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang memiliki maksud memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Menerangkan bahwa apabila jasa yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. (Fandy, 2005)

Menurut (Tjiptono, 2005) terdapat delapan dimensi kualitas, yaitu:

- a. Kinerja (*performance*) yaitu memiliki sebuah karakteristik operasi pokok dari sebuah produk inti. Contohnya bentuk dan sebuah kemasan yang bagus dapat menarik pelanggan.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu sebuah karakteristik yang bersifat sekunder atau hanya sebagai pelengkap.
- c. Keandalan (*reability*), yaitu sebuah kemungkinan kecil dimana akan mengalami kerusakan atau gagal untuk dipakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) Yaitu sejauh mana karakteristik dari desain dan operasi apakah sudah memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti halnya produk atau jasa yang diterima pelanggan harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.

3. Wisata Edukasi

Pengertian Wisata Edukasi atau Wisata Pendidikan adalah suatu program yang menggabungkan unsur kegiatan wisata dengan muatan pendidikan didalamnya. Program ini dapat dikemas sedemikian rupa menjadikan kegiatan wisata tahunan atau kegiatan ekstrakurikuler memiliki kualitas dan berbobot. Materi-materi dalam pemanduan telah disesuaikan dengan bobot siswa dan kurikulum pendidikan. Setiap kali mengunjungi obyek wisata akan disesuaikan dengan

ketertarikan obyek dan bidang ilmu yang akan dipelajari. (Pengertian Wisata Edukasi, n.d.)

Didasarkan dalam ketentuan WATA (*World Association of travel Agent*) oleh (Merpaung, 2002) wisata adalah sebuah perjalanan yang dilakukan selama lebih dari tiga hari dimana diselenggarakan oleh suatu lembaga perjalanan di dalam kota yang acaranya meliputi melihat-lihat berbagai tempat ataupun kota baik di dalam maupun luar negeri, sehingga disimpulkan bahwa pariwisata lebih menekankan pada kegiatan yang dilakukan para wisatawan dalam sebuah perjalanan pariwisata.

Edukasi secara etimologis berasal dari bahasa latin yaitu diambil dari kata *educare* yang memiliki arti “memunculkan”, “melahirkan”, “membawa”. Namun artian secara umum yaitu edukasi adalah sebuah tindakan atau sebuah pengalaman yang memiliki efek formatif pada suatu karakter, serta pikiran dan kemampuan fisik dalam setiap individual.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), edukasi memiliki artian yaitu sebuah upaya dari suatu subyek terhadap objek yang memiliki tujuan untuk mengubah cara memperoleh dan mengembangkan pengetahuan menuju cara tertentu yang diinginkan oleh subyek. Kata edukatif bermakna sesuatu yang memiliki sifat edukasi.

Suwantoro (1997) menyatakan “*Educational Tour*” (wisata pendidikan) adalah suatu perjalanan wisata yang memiliki maksud dan tujuan untuk memberikan studi gambaran, studi perbandingan atau pengetahuan baru tentang

bidang kerja yang telah dikunjunginya. Wisata jenis ini disebut juga sebagai *study tour* atau perjalanan kunjungan pengetahuan.

Education dapat juga diartikan sebagai suatu wisata yang di dalamnya terdapat kegiatan yang terdapat unsur pembelajaran. Dengan kegiatan ini, tugas seorang guru cukup hanya membimbing, mengarahkan serta menjelaskan dengan cara yang mudah dan menyenangkan. (Suwanto, 1997)

1) **Jenis Wisata Edukasi**

Suwanto (1997) menyatakan bahwa wisata edukasi dibagi menjadi empat macam yaitu:

a. Wisata Edukasi *Science* / Ilmu Pengetahuan

Wisata ini berbasis kepada ilmu pengetahuan. Wisata ini mengedepankan informasi yang bertemakan tentang ilmu pengetahuan yang dapat diperoleh oleh wisatawan setelah mengunjungi tempat wisata.

b. Wisata Edukasi *Sport* / Olahraga

Wisata ini berbasis kepada pendidikan yang dilakukan secara fisik atau olahraga.

c. Wisata Edukasi *Culture* / Kebudayaan

Wisata ini berbasis kepada penyajian yang bertemakan pendidikan budaya dalam bidang seni, adat istiadat dan lain-lain yang masih berhubungan dengan kebudayaan.

d. Wisata Edukasi Agrobisnis

Wisata ini berbasis kepada kepemilikan argo atau pertanian serta peternakan bisnis dari suatu perusahaan maupun perseorangan.

2) **Kriteria Wisata Edukasi**

Eduktourism memiliki 8 (delapan) prinsip dasar yang harus dipenuhi yaitu:

- a. Memiliki fokus terhadap wilayah alami yang akan menjamin para pengunjung memiliki sebuah kesempatan untuk dapat menikmati alam secara langsung.
- b. Menyediakan sebuah pelayanan penerangan atau tentang pendidikan kepada para pengunjung yang datang.
- c. Melakukan sebuah penanganan kegiatan wisata yang dapat memberikan efek terbaik dalam memelihara kelestarian ekologi
- d. Memberikan kontribusi terhadap konservasi lingkungan alami dan warisan budaya setempat
- e. Memberikan sebuah kontribusi positif bagi sebuah kehidupan ekonomi dan sosial di masyarakat lokal secara terus-menerus.
- f. Menghormati budaya-budaya lokal serta sensitif terhadap keberadaan dan pengembangan budaya tersebut
- g. Secara konsisten menjadikan sebuah aspirasi bagi para pengunjung sebagai masukan dan pertimbangan dalam melakukan perkembangan kegiatan wisata.
- h. Dipasarkan dan serta dipromosikan secara jujur dan akurat sehingga pada saat dikunjungi dapat memenuhi harapan bagi para wisatawan secara nyata.

4. Inovasi

Inovasi merupakan setiap ide atau pun gagasan baru yang belum pernah ada atau pun diterbitkan sebelumnya. Sebuah inovasi biasanya berisi terobosan-terobosan baru mengenai sebuah hal yang diteliti oleh sang inovator (orang yang membuat inovasi). Inovasi biasanya sengaja dibuat oleh sang inovator melalui berbagai macam aksi atau pun penelitian yang terencana.

a. Pengertian Inovasi Menurut Para Ahli :

- 1) Menurut Kuniyoshi Urabe, inovasi merupakan kegiatan yang dilakukan tidak bisa menghasilkan dengan satu kali pukul saja, melainkan sebuah proses yang panjang dan kumulatif, meliputi berbagai macam proses pengambilan keputusan, mulai dari penemuan sebuah gagasan hingga ke implementasi nya di pasar.
- 2) Menurut Van de Ven, Andrew H., pengertian inovasi sendiri adalah sebuah pengembangan dan implementasi sebuah gagasan-gagasan baru oleh orang yang memiliki jangka waktu tertentu serta dilakukan dengan berbagai macam aktivitas transaksi di dalam tatanan organisasi tertentu
- 3) Menurut Everett M. Rogers, inovasi adalah sebuah ide, gagasan, ojek, dan praktik yang dilandasi serta diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau pun kelompok tertentu untuk diaplikasikan atau pun diadopsi.
- 4) Menurut UU No. 19 Tahun 2002, pengertian inovasi sendiri adalah sebuah kegiatan penelitian, pengembangan, dan atau pun perekayasaan yang telah dilakukan dengan memiliki sebuah tujuan untuk melakukan

pengembangan dan penerapan praktis nilai serta konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau pun cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada ke dalam produk atau pun proses produksinya

b. Ciri-ciri sebuah Inovasi

- 1) Ciri utama dalam inovasi adalah khas. Inovasi memiliki sebuah ciri khas sendiri yang tidak dimiliki ataupun ditemukan pada ide atau gagasan yang sudah ada sebelumnya. Dengan tidak adanya ciri khas atau spesifikasi sebuah ide atau gagasan tidak dapat masuk dalam golongan menjadi sebuah inovasi baru.
- 2) Ciri-ciri yang kedua adalah inovasi adalah hal baru. Setiap inovasi harus merupakan sebuah ide atau gagasan baru yang memang tidak pernah diungkapkan atau dipublikasikan sebelumnya.
- 3) Ciri yang ketiga adalah lebih terencana. Inovasi biasanya dibuat dan direncanakan untuk mengembangkan sebuah objek tertentu. Dengan kata lain setiap inovasi yang sudah ditemukan pada dasarnya merupakan kegiatan yang perencanaannya sudah sejak awal.
- 4) Ciri yang terakhir yaitu inovasi harus memiliki sebuah tujuan. Seperti yang telah dijelaskan di beberapa poin di atas, inovasi merupakan sebuah aktivitas yang terencana untuk pengembangan objek tertentu (tujuan adalah mengembangkan objek-objek tertentu)

c. Jenis-jenis Inovasi

Berikut adalah beberapa jenis-jenis inovasi yang dijelaskan oleh (Herlina, 2016) yaitu:

- 1) Penemuan (*Invention*): merupakan sebuah kreasi suatu produk, proses atau jasa yang belum pernah ada atau dilakukan. Konsep ini disebut revolusioner.
- 2) Pengembangan (*Extension*): pengembangan yang dilakukan suatu produk, proses atau jasa yang sudah pernah ada. Konsep ini menjadi aplikasi ide yang telah ada.
- 3) Duplikasi (*Duplication*): pengembangan yang dilakukan dengan meniru suatu produk, proses atau jasa yang sudah ada, namun dengan sentuhan kreatif bertujuan untuk memperbaiki konsep agar lebih unggul dalam persaingan.
- 4) Sintesis (*Synthesis*): merupakan perpaduan konsep dan faktor-faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang sudah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

d. Tahapan Inovasi

Menurut (Everet, 1983) inovasi dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

1) Tahapan Pengetahuan (*Knowledge*)

Proses terjadinya pengambilan keputusan inovasi dimulai dengan tahap pengetahuan yaitu dimana tahap pada saat seseorang menyadari adanya suatu inovasi dan memiliki keinginan untuk mengetahui atau memahami tetapi membuka diri untuk mengetahui inovasi tersebut.

2) Tahapan Bujukan (*Persuasion*)

Dalam tahap persuasi ini lebih banyak keaktifan mental yang memegang peran. Seseorang akan bersaha mengetahui lebih banyak tentang inovasi dan menafsirkan informasi yang diterimanya. Pada tahap ini berlangsung seleksi informasi disesuaikan dengan kondisi dan sifat pribadinya. Di sinilah peranan karakteristik inovasi dalam mempengaruhi proses keputusan inovasi

3) Tahapan Keputusan (*Decision*)

Tahapan keputusan ini terjadi jika seseorang melakukan kegiatan yang mengarah untuk menetapkan ataupun menolak inovasi tersebut. Menerima inovasi memiliki artian bahwa sepenuhnya akan menerapkan inovasi tersebut, sedangkan menolak inovasi berarti tidak akan menerapkan inovasi tersebut.

4) Tahapan Implementasi (*Implementation*)

Tahapan implementasi akan terjadi jika seseorang menerapkan atau mengambil inovasi tersebut. Keputusan atau gagasan yang diterima di realisasikan dengan praktik, pada umumnya implementasi tentu

mengikuti hasil keputusan dari inovasi tersebut. Tetapi dapat juga terjadi karena sesuatu hal sudah memutuskan menerima inovasi tidak diikuti implementasi. Biasanya hal ini terjadi karena fasilitas penerapan yang tidak tersedia

5) Tahapan Konfirmasi (*Confirmation*)

Dalam tahapan ini seseorang mencari penguatan terhadap keputusan yang telah diambil tetapi dia dapat mengambil kembali keputusan yang sudah diambil jika bertentangan dengan informasi yang semula.

e. Indikator Inovasi

Menurut Stephen P. Robbins terdapat tiga rangkaian variabel yang mempengaruhi adanya inovasi yaitu struktur, budaya dan praktik sumber daya manusia organisasi itu sendiri. Yaitu sebagai berikut: (Robbins, 2010.)

1) Penelitian terhadap variabel struktur inovasi:

- i. Ketersediaan sumber daya yang kaya dimana dapat memberikan pondasi utama bagi inovasi.
- ii. Komunikasi yang baik antara unit membantu menghancurkan hambatan inovasi.
- iii. Organisasi yang inovatif untuk meminimalisasi ketekanan waktu terhadap kegiatan kreatif.
- iv. Kinerja kreatif karyawan diperkaya saat struktur organisasi mendukung kreatifitas.

- 2) Penelitian terhadap variabel budaya:
 - i. Menerima abiguitas.
 - ii. Menoleransi resiko.
 - iii. Menoleransi konflik.
 - iv. Berfokus pada hasil bukan cara.
 - v. Berfokus pada system terbuka.

- 3) Penelitian terhadap variabel sumberdaya:
 - i. Organisasi melakukan kinerja yang inovatif secara aktif dimana untuk memajukan pelatihan dan pengembangan anggota mereka agar pengetahuan mereka berkembang dan lebih luas.
 - ii. Memberikan keamanan kerja yang tinggi kepada karyawan berguna untuk mengurangi kecemasan akan dipecat akibat melakukan kesalahan dan mendorong individu menjadi pejuang ide.

F. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yang memberikan penjelasan mengenai konsep-konsep yang ada dengan menggunakan pemahaman sendiri dengan bahasa yang lebih singkat dan jelas agar mudah dipahami. Oleh karena itu definisi konseptual yang peneliti ambil adalah:

1. Pariwisata

Pariwisata adalah sebuah kegiatan yang dilakukan wisatawan dengan melakukan berbagai macam kegiatan atau sebuah perjalanan wisata, dimana dilakukan diluar kesehariannya dalam sementara waktu.

2. Kualitas Pelayanan

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah keunggulan aktivitas yang diberikan oleh penyedia jasa untuk memenuhi keinginan pelanggan sehingga menimbulkan persepsi yang baik dari pelanggan.

3. Wisata Edukasi

Wisata Edukasi adalah diartikan sebagai suatu wisata yang memiliki fungsi edukasi atau unsur pendidikan yang kuat. Unsur ini didukung dengan potensi yang ada di objek wisata tersebut. Suatu objek wisata dapat dikatakan memiliki fungsi edukatif jika memiliki daya tarik wisata yang bersifat edukatif.

4. Inovasi

Inovasi merupakan suatu kegiatan yang mengembangkan sebuah gagasan atau ide, dimana pengembangannya dibutuhkan waktu yang cukup lama atau panjang, hal tersebut dikarenakan inovasi adalah pengembangan gagasan atau pengetahuan baru sehingga tidak bisa dilakukan sekali pukul saja, namun dibutuhkan berkali-kali.

G. Definisi Operasional

Indikator-indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam penelitian ini adalah:

1. Tahapan Inovasi

- a. Tahapan Pengetahuan dalam meningkatkan wisata edukasi.
- b. Tahapan Bujukan dalam meningkatkan wisata edukasi.
- c. Tahapan Keputusan dalam meningkatkan wisata edukasi.
- d. Tahapan Implementasi dalam meningkatkan wisata edukasi.

- e. Tahapan Konfirmasi dalam meningkatkan wisata edukasi.

2. Kualitas Pelayanan

- a. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*) yang dimiliki oleh program Taman Pintar
- b. Keandalan (*reability*) dalam program yang ada di Taman Pintar
- c. Kesesuaian dengan Kinerja (*performance*) yang dilakukan pihak Taman Pintar
- d. spesifikasi (*conformance to specifications*) di Taman Pintar

H. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian kualitatif ini dipilih karena dapat mengungkap fakta secara lebih nyata atau realistis. Data yang paling utama dari penelitian ini adalah sebuah peristiwa dan kegiatan yang diamati di lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

b. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian yang terkait dengan penelitian Inovasi Program Jam Buka Malam di Taman Pintar dalam Meningkatkan Wisata Edukasi di Kota Yogyakarta di laksanakan di Taman Pintar Yogyakarta.

c. Unit Analisis

Sesuai dengan permasalahan yang ada pada pokok pembahasan masalah dalam penelitian ini obyek yang terkait yaitu:

- a. Kepala Bidang Humas Taman Pintar: Karmila Azkalifa
 - b. Pengunjung Taman Pintar 1: Afiffah Khairunisah
 - c. Pengunjung Taman Pintar 2: Dian Susilowati
 - d. Teknik Pengumpulan Data
- 1) Dokumentasi

Proses pengumpulan data yang dilakukan di dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data dari berbagai sumber data, misalnya melalui jurnal, buku, koran online, dan sumber lain yang berkaitan dengan Inovasi Program Jam Buka Malam di Taman Pintar dalam Meningkatkan Wisata Edukasi di Kota Yogyakarta. Cara ini bertujuan untuk mendapatkan data sekunder yang berhubungan dengan penelitian serta menambah kelengkapan data dalam menganalisis hasil penelitian.

2) Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan antara peneliti dan narasumber. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan mendatangi langsung informan penelitian dan menanyakan kepada mereka mengenai beberapa hal yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan. wawancara tetap menggunakan pedoman wawancara sebagai kontrol agar tetap dalam batasan tema dan alur pembicaraan terkait Inovasi Program Jam Buka Malam di Taman Pintar dalam Meningkatkan Wisata Edukasi di Kota Yogyakarta. Berikut adalah responden yang akan diwawancarai:

- a) Kepala Bidang Humas Taman Pintar: Karmila Azkalifa
- b) Pengunjung Umum Taman Pintar 1: Afiffah Khairunisah
- c) Pengunjung Umum Taman Pintar 2: Dian Susilowati

3) Teknik Analisis Data

Setelah semua data dan informasi mengenai penelitian sudah diperoleh, langkah selanjutnya adalah menganalisis data dan informasi dari penelitian tersebut. Dalam melakukan analisis data dari penelitian ini agar lebih mudah dipahami maka peneliti mengikuti langkah-langkah seperti yang dianjurkan oleh (Huberman, 2009) yaitu:

i. Pengumpulan data.

Pengumpulan data dilakukan secara objektif atau berdasarkan fakta sesuai dengan hasil wawancara dengan informan, observasi di lapangan dan dokumentasi yang dilakukan.

ii. Mereduksi data

Memilih hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan, karena data yang diperoleh masih bersifat rumit dan mentah sehingga peneliti harus memilih dan merangkum data-data yang ada dan sesuai serta relevan yang bertujuan untuk memfokuskan pada hal-hal yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan diteliti.

iii. Penyajian data

Data disajikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif, bertujuan untuk menjelaskan fokus penelitian tentang Inovasi Program Jam Buka Malam di Taman Pintar dalam Meningkatkan Wisata Edukasi di Kota Yogyakarta.

iv. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan ini dibuat berdasarkan pada pemahaman data-data yang telah disajikan dan mengacu pada pokok permasalahan yang diteliti.