

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN**  
**KUNJUNGAN WISATAWAN DI TAMANSARI**  
**PADA MASA NEW NORMAL**



**Oleh**  
**ISMAIL**  
**NO.MHS: 418100563**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2022**

**HALAMAN JUDUL**  
**STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN**  
**KUNJUNGAN WISATAWAN DI TAMANSARI**  
**PADA MASA NEW NORMAL**  
**SKRIPSI**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh**  
**Derajat Sarjana Terapan Pariwisata**

**Oleh**

**ISMAIL**

**NO.MHS: 418100563**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**

**2022**

HALAMAN PENGESAHAN  
STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN  
KUNJUNGAN WISATAWAN DI TAMANSARI  
PADA MASA NEW NORMAL  
SKRIPSI



Oleh  
ISMAIL  
NIM 418100563  
Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

  
Drs. Santosa, M.M.  
NIDN. 0519045901

Pembimbing II

  
Yudi Setiaji, S.H., M.M.  
NIDN. 058066401

Mengetahui  
Ketua Program Studi UPW

  
Yudi Setiaji, S.H., M.M.  
NIDN 058066401

**BERITA ACARA UJIAN**  
**STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN**  
**KUNJUNGAN WISATAWAN DI TAMANSARI**  
**PADA MASA NEW NORMAL**

**SKRIPSI**

Oleh

**ISMAIL**

**NIM 418100563**

Telah dipertahankan di depan tim Penguji  
dan dinyatakan **LULUS**  
pada tanggal: **11 Oktober 2022**



**TIM PENGUJI**

**Penguji Utama** : Agus Wibowo, SBS., S.ST., S.Sos., M.M. : .....  
NIDN. 0502076701

**Penguji II** : Drs. Santosa, M.M.  
NIDN. 0519045901

**Penguji III** : Yudi Setiaji, S.H., M.M.  
NIDN. 058066401

Mengetahui  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, M.M.  
NIDN. 0526125901

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ismail

NIM : 418100563

Program Studi : D-IV Usaha Perjalanan Wisata

Judul Tugas Akhir : STRATEGI PROMOSI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN  
KUNJUNGAN WISATAWAN DITAMANSARI PADA MASA  
NEW NORMAL

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis didalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, September 2022



ISMAIL

## HALAMAN MOTO

*“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kafur”.*

(QS Yusuf: 87)

*“Ketakutan adalah penjara bernama kegagalan. Taklukan rasa takut karena sukses adalah hak pemberani”.*

(Jefri Al Buchori)

*“Jika ingin sukses jangan pernah merencanakan kegagalan, karena banyak harapan yang tertunda karena terlalu banyak berencana”.*

(Ismail)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya sehingga saya dapat diberikan kekuatan, kesabaran, ketabahan, kemudahan serta kelancaran dalam pengerjaan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak dan ibu saya yang telah merawat dan membesarkan saya dengan penuh kasih sayang, mereka adalah orang tua hebat yang telah sabar mengajari saya berbagai hal baik. Terima kasih atas doa dan usaha serta kepercayaan penuh yang kalian berikan kepada saya selama ini. Juga untuk kakak-kakak saya yang telah menjadi bagian terpenting dan menjadi panutan saya hingga sampai ditahap ini.
2. Chorinne Layla Herlita, orang yang selalu membantu, mendukung dan menemani serta menjadi support sistem saya selama proses pengerjaan skripsi ini sampai selesai.
3. SMKN 1 Labuan Bajo yang lingkungannya telah banyak memberi ilmu dan pengalaman yang membina karakter dan mental saya serta yang memperkenalkan saya pada dunia pariwisata, terima kasih semoga sekolah ini terus mendidik dan melahirkan orang-orang hebat.
4. Semua teman-teman seperjuangan saya yang telah memberi dukungan. terima kasih atas semangat dan motivasi serta bantuannya selama proses awal perkuliahan hingga proses pembuatan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Maksud penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par) pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Santosa, M.M. selaku pembimbing I yang telah sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Yudi Setiaji, S.H., M.M. sebagai pembimbing II sekaligus Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah dengan sabar dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Agus Wibowo.SBS.,S.ST., S.Sos., M.M. selaku penguji utama yang telah memberikan saya kesempatan untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Drs. Prihatno, M.M. selaku Ketua STP Ampta Yogyakarta yang telah memberikan izin surat penelitian dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak M. Ridwan Syam selaku pengelola objek wisata Taman Sari Yogyakarta dan kelompok wisata sebagai informan yang telah membantu

dalam proses penelitian dan telah memberikan banyak informasi terkait fokus penelitian.

6. Semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dapat disampaikan pembaca guna penyempurnaan penelitian berikutnya. Kritik dan saran dapat disampaikan ke [ismailmhamfat@gmail.com](mailto:ismailmhamfat@gmail.com)

Yogyakarta, 30 September 2022  
Penulis

Ismail  
418100563

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan Pustaka.....	11
1. Pengertian Strategi .....	11
2. Pengertian Promosi .....	13
3. Tujuan Promosi.....	14
4. Strategi Promosi.....	16
5. Bauran Promosi.....	17
6. Wisata Budaya .....	22
7. Pengertian Wisatawan.....	24
B. Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Pemikiran.....	34

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Desain Penelitian .....	35
B. Lokasi dan Waktu .....	35
C. Teknik Cuplikan atau Subjek Penelitian.....	36
D. Sumber Data .....	36
E. Metode Pengumpulan Data .....	38
F. Variabel Penelitian .....	40
1. Devinisi Konseptual.....	40
2. Devinisi Variabel Operasional dan Indikator .....	42
G. Uji Keabsahan Data .....	43
H. Metode Analisis Data .....	44
I. Alur Penelitian.....	45
J. Jadwal Penelitian.....	46

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran umum Tamansari Yogyakarta .....	47
1. Sejarah singkat Tamansari .....	47
2. Bangunan-bangunan di Tamansari .....	49
3. Lokasi Tamansari.....	54
4. Fasilitas dan Jam Operasional /Tiket Masuk Tamansari Yogyakarta	55
5. Visi dan Misi Tamansari Yogyakarta .....	56
6. Struktur Organisasi Pengelola Tamansari Yogyakarta .....	54
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	56
1. Daya Tarik Wisata Tamansari Yogyakarta.....	56
2. Promosi Wisata Tamansari yang digunakan oleh Pengelola Tamansari .....	59

### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	81

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 Identitas Narasumber .....	39
Tabel 3. 2 Tabel Variabel Indikator .....	42
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Wisatawan Mancanegara.....	6
Gambar 1. 2 Wisatawan Nusantara.....	7
Gambar 4. 1 Wisata Tamansari.....	48
Gambar 4. 2 Denah Tamansari	
Gambar 4. 3 Peta Tamansari .....	55
Gambar 4. 4 Pintu Masuk Tamansari .....	60
Gambar 4. 5 Daftar Harga Tiket .....	62
Gambar 4. 6 Kunjungan Dinas Pariwisata DIY .....	63
Gambar 4. 7 Media Sosial Instagram Tamansari .....	66
Gambar 4. 8 Media Sosial Facebook Tamansari .....	66
Gambar 4. 9 Website Tamansari .....	67
Gambar 4. 10 Event Tamansari .....	68
Gambar 4. 11 Wisatawan .....	70
Gambar 4. 12 Wisata Tamansari .....	71

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Balasan Izin Penelitian
- Lampiran 3 : Transkrip Wawancara Pengelola
- Lampiran 4 : Transkrip Wawancara wistawan
- Lampiran 5 : Dokumentasi
- Lampiran 6 : Lembar Bimbingan Skripsi

## ABSTRAK

Tamansari Yogyakarta merupakan jenis wisata budaya yang sangat di gemari kunjungan wisatawan di kota Yogyakarta. Keberadaan Tamansari Yogyakarta tentunya sangat berpengaruh terhadap upaya strategi promosi yang dilakukan untuk menarik wisatawan. Berbagai macam cara strategi yang dilakukan seperti melalui media cetak maupun elektronik. Selain itu terdapat kegiatan pameran langsung di Tamansari Yogyakarta sebagai bentuk promosi wisata Tamansari Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan di Tamansari Yogyakarta yang bertujuan untuk mengetahui bentuk strategi apa yang dilakukan oleh pengelola Tamansari dalam mempromosikan wisata Tamansari Yogyakarta. Oleh sebab itu, penelitian ini mengambil judul “Strategi Promosi Sebagai Upaya Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Tamansari Pada Masa New Normal”. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini sebanyak enam orang yang terdiri dari satu orang pengelola Tamansari Yogyakarta dan lima orang wisatawan yang melakukan kegiatan wisata di Tamansari Yogyakarta. Metode analisis data menggunakan reduksi data dan penyajian data untuk merangkum kesimpulan dari strategi sebagai upaya peningkatan kunjungan wisatawan di Tamansari pada masa New-normal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola Tamansari Yogyakarta adalah menggunakan konsep bauran *promotion mix*. Hal ini bertujuan agar kegiatan promosi yang dilakukan bisa maksimal. Adapun konsep bauran *promotion mix* yang diterapkan adalah *Advertising* (periklanan) memanfaatkan media cetak dan elektronik sebagai media promosi, *Public Relations* (humas) aktivitas dan dukungan masyarakat untuk mensukseskan promosi, *Sales Promotion* (promosi penjualan) dengan memberikan voucher diskon kepada wisatawan dan *Personal selling* yaitu dengan memanfaatkan kemampuan pramuwisata dalam memberikan informasi kepada wisatawan. Sebagian besar wisatawan yang datang ke Tamansari Yogyakarta memanfaatkan *promotion mix* sebagai media untuk berkunjung.

**Kata kunci : Strategi Promosi, Promotion Mix, Wisata Tamansari**

## **ABSTRACT**

*Tamansari Yogyakarta is a type of cultural tourism that is very popular with tourists visiting the city of Yogyakarta. The existence of Tamansari Yogyakarta is certainly very influential on the promotional strategy efforts undertaken to attract tourists. Various kinds of strategies are carried out such as through print and electronic media. In addition, there are direct exhibition activities at Tamansari Yogyakarta as a form of tourism promotion for Tamansari Yogyakarta. This research was conducted in Tamansari Yogyakarta which aims to find out what kind of strategy is carried out by Tamansari managers in promoting Tamansari Yogyakarta tourism. Therefore, this study took the title "Promotional Strategy as an Effort to Increase Tourist Visits in Tamansari During the New Normal Period". The method in this study uses descriptive qualitative data collection through observation, interviews, and documentation. Informant in this study were six people consisting of one manager of Tamansari Yogyakarta and five tourists who carried out tourism activities in Tamansari Yogyakarta. The data analysis method uses data reduction and data presentation to summarize the conclusions of the strategy as an effort to increase tourist visits in Tamansari during the New-normal period. The results of this study indicate that the promotion strategy carried out by the manager of Tamansari Yogyakarta is to use the concept of the promotion mix mix. This is so that the promotional activities carried out can be maximized. The promotion mix concept applied is Advertising utilizing print and electronic media as promotional media, Public Relations activities and community support for the success of the promotion, Sales Promotion by providing discount vouchers to tourists and Personal selling namely by utilizing the ability of tour guides in providing information to tourists. Most tourist who come to Tamansari Yogyakarta use the promotion mix as a medium for visiting.*

**Keywords: Promotion Strategy, Promotion Mix, Tamansari Tourism**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan bagian dari kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pemerintah daerah dan pemerintah pusat. Kepariwisata sendiri adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara, serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah pusat, pemerintah daerah dan juga pengusaha. Wisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dimana dilakukan oleh sebagian atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat-tempat tertentu untuk dijadikan sebagai tempat rekreasi dan juga pengembangan diri (Suwena dan Widyatmaja, 2017).

Strategi dalam menjawab tantangan tersebut adalah dengan mengembangkan strategi pemasaran yang diharapkan dapat menarik kembali wisatawan dan juga dapat mengembalikan image pariwisata di Tamansari yang aman dan nyaman. Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi pemasaran yang baik dan berguna bagi kemajuan daya tarik wisata Tamansari. Strategi pemasaran yang baik sudah tentu berangkat dari basis analisis yang baik.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia akan rekreasi maka berkembanglah apa yang disebut pariwisata. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata menyatakan bahwa kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara

wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, dan pengusaha.

Pembangunan sektor pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan (*leading sektor*) dalam perekonomian masyarakat yang senantiasa perlu dikembangkan dan ditingkatkan. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang diharapkan dapat menjadi sumber utama devisa, memperluas dan menciptakan kesempatan berusaha serta lapangan kerja. Sektor pariwisata hendaknya ditingkatkan dengan mengembangkan dan mendayagunakan sumber dan potensi kepariwisataan yang ada supaya dapat menjadi sumber kegiatan ekonomi yang diandalkan.

Kota Yogyakarta merupakan suatu wilayah atau daerah yang berpotensi besar dalam hal pengembangan industri bisnis pariwisata. Selain disebut sebagai kota pendidikan dan kota budaya, kota Yogyakarta juga merupakan kota wisata. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan dari setiap tahunnya, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Para pelaku usaha pariwisata terus mengembangkan bisnisnya di sektor pariwisata. Karena mereka melihat Yogyakarta adalah wilayah yang menjanjikan untuk berbisnis, khususnya dalam hal bisnis pariwisatanya.

Yogyakarta juga mempunyai keragaman daya tarik wisata, selain mempunyai banyak industri kerajinan tangan, juga mempunyai keragaman obyek wisata, baik wisata belanja, wisata budaya atau wisata hasil karya

ide manusia. Dengan ditunjang sarana lain yang amat kondusif seperti fasilitas akomodasi dan transportasi yang sangat beragam, aneka jasa boga, biro perjalanan umum, serta dukungan pramuwisata yang memadai tim pengamanan wisata yang disebut sebagai Bhayangkara Wisata. Potensi wisata ini masih ditambah lagi dengan letaknya yang bersebelahan dengan propinsi Jawa Tengah sehingga menambah keragaman obyek yang telah ada. Pariwisata Yogyakarta memiliki beberapa kekuatan daya tarik, seperti iklim yang baik, atraksi pemandangan yang beragam, budaya yang menarik dan sejarah, masyarakat yang ramah dan bersahabat.

Obyek wisata yang sangat kuat dan juga sebagai pusat pemerintahan di Yogyakarta adalah Keraton Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat yang sampai saat ini dipimpin oleh Sri sultan Hamengkubuwono X yang juga menjabat sebagai Gubernur DIY. Di dalam kompleks keraton sendiri terdapat beberapa pesanggrahan yang salah satunya adalah “Taman Sari atau water castle “.

Letak bangunan Taman Sari Berada di sebelah selatan keraton Kasultanan Yogyakarta. Arsitek bangunan tersebut adalah bangsa Portugis, sehingga bangunan tersebut seolah-olah memiliki seni arsitektur Eropa yang sangat kuat, disamping makna-makna simbolik Jawa yang dipertahankan. Namun jika damati makna unsur bangunan Jawa lebih dominan. Bangunan Taman Sari dibangun pada masa sultan Hamengkubuwono I atau sekitar akhir abad XVII M. Bangunan tersebut bukan hanya sekedar taman Kerajaan, namun juga merupakan kompleks

yang terdiri dari kolam pemandian, kanal air, ruangan–ruangan khusus dan sebuah kolam besar. Taman Sari juga sebuah tempat yang menarik untuk dikunjungi, selain letaknya tidak terlalu jauh dari keraton, bangunan tersebut juga merupakan obyek wisata utama di Yogyakarta. Taman Sari memiliki beberapa keistimewaan, antara lain letaknya pada bangunan itu sendiri yang relatif utuh dan terawat serta lingkungan yang sangat mendukung keberadaannya sebagai obyek wisata. Saat ini Taman Sari telah mengalami pemugaran, sehingga lebih terawat dan bersih. Kolam–kolam pemandian dan lorong–lorong yang konon dipercaya tembus sampai pantai selatan yang dipercaya sebagai jalan Sultan untuk menemui Nyi Roro Kidul yang konon dipercaya menjadi istri para raja–raja Kasultanan Yogyakarta.

Taman Sari merupakan taman kerajaan atau pesanggrahan Sultan dan keluarga kerajaan yang berfungsi sebagai tempat tetirah dan bersemedi Sultan beserta keluarganya. Disamping komponen – komponen yang menunjukkan sebagai tempat peristirahatan, tempat ini juga mempunyai komponen pertahanan. Sampai saat ini Tamansari telah mengalami beberapa kali renovasi sehingga terlihat lebih indah dengan tidak menghilangkan nilai historis dan estetika aslinya. Letak Tamansari tidak jauh dari Keraton Yogyakarta disebelah barat keraton. Di tempat ini kecantikan dan suasana layaknya kehidupan putri keraton terasa sangat kental. Tamansari seringkali digunakan sebagai lokasi sesi foto pre-wedding karena memang dianggap mewakili nuansa eksotis sekaligus

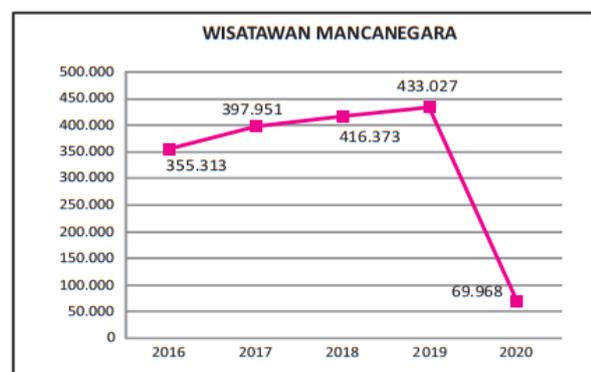
romantis dan tidak jarang juga digunakan sebagai setting pemotretan model-model majalah ternama. Hal ini tentunya menjadikan obyek wisata taman sari yang sangat di gemari oleh wisatawan untuk berkunjung.

Pada tahun 2019 terjadi pandemi COVID-19 yang dimana melanda hampir seluruh dunia. COVID-19 sendiri ditemukan pertama kali oleh manusia di Wuhan, China pada Desember 2019. COVID-19 merupakan virus yang dapat menyebabkan penyakit pada manusia ataupun hewan. Manusia yang terjangkit virus ini akan menunjukkan tanda-tanda penyakit infeksi saluran pernafasan mulai dari flu hingga yang lebih serius, seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). COVID-19 mulai masuk di Negara Indonesia pada awal tahun 2020 tepatnya pada tanggal 2 Maret 2020, yang dimana Bapak Presiden RI mengumumkan bahwa terdapat warga Negara Indonesia yang sudah terjangkit COVID-19. Karena masih belum ada obat yang dapat mengobati virus ini, maka pemerintah Indonesia menganjurkan kepada masyarakat untuk dapat mengantisipasi dengan menggunakan masker, mencuci tangan, serta tidak bepergian jika tidak terlalu penting.

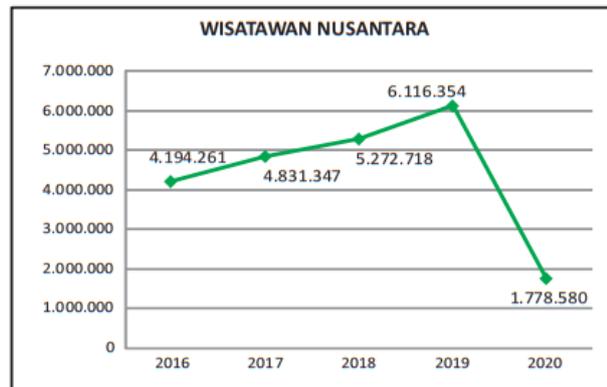
Adanya pandemi COVID-19 ini menyebabkan banyak sektor-sektor perusahaan yang mengalami kendala bahkan tidak berjalan sama sekali, hingga banyak pengusaha yang melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap karyawan dan juga gulung tikar. Salah satunya yaitu dalam sektor pariwisata yang dimana adanya pandemi COVID-19 dinilai sebagai penghambat dalam berbagai kegiatan pariwisata. Dapat dilihat dari jumlah

kunjungan wisatawan mancanegara ke indonesia melalui seluruh pintu masuk mengalami penurunan yang cukup drastis. Pada tahun 2020 jumlah kunjungan Wisata Mancanegara ke Indonesia mencapai 4,02 juta kunjungan dan turun sebesar 75,03 % apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2019 yang berjumlah 16,11 juta kunjungan Wisata Mancanegara (Badan Pusat Statistik, 2021).

Hal ini juga berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan pada Daerah Istimewa Yogyakarta, yang dimana mengalami penurunan kunjungan wisatawan yang cukup drastis baik Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara. Pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan tercatat sebanyak 433.027 Wisatawan Mancanegara, sedangkan pada tahun 2020 tercatat sebanyak 69.968 wisatawan mancanegara. Hal ini juga berlaku pada wisatawan nusantara yang mana jumlah kunjungan wisatawan lokal pada tahun 2019 tercatat 6.116.354 pengunjung sedangkan pada tahun 2020 jumlah kunjungan wisatawan lokal tercatat hanya 1.778.580 pengunjung (Dinas Pariwisata DIY, 2020).



Gambar 1. 1 Wisatawan Mancanegara



Gambar 1. 2 Wisatawan Nusantara  
Sumber: Dinas Pariwisata DIY, 2020

Pada bulan Juni 2020 Pemerintah Indonesia menetapkan adanya Era *New Normal* yang memiliki arti beradaptasi atas kebiasaan baru dengan menerapkan protokol kesehatan dalam melakukan aktivitas setiap harinya, seperti menggunakan masker, mencuci tangan, dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Keputusan Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 tentang protokol kesehatan bagi masyarakat di tempat dan fasilitas umum dalam rangka pencegahan dan pengendalian COVID-19 (Aly dkk, 2020). Peraturan ini dibuat dengan tujuan untuk dapat mengurangi penyebaran pandemi COVID-19 yang terdapat di Indonesia.

Pada era *New Normal* sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat memberikan perubahan terbesar pada peningkatan perekonomian di negara Indonesia, hal ini dikarenakan pariwisata mempunyai peran dalam upaya meningkatkan pendapatan negara melalui penerimaan devisa. Selain itu pariwisata juga merupakan sektor industri yang sangat menguntungkan saat ini, yang dapat memberikan sebuah

kontribusi pada pengentasan angka kemiskinan dan pengangguran. Dengan demikian sektor pariwisata menjadi peluang bagi pelaku usaha seperti kuliner, pengrajin, akomodasi perhotelan, dan biro perjalanan wisata. Menurut Undang-Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan Pariwisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang merupakan keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan disebut dengan daya tarik wisata yang dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *Tourist Attraction* (Shofwan dan Hanief, 2018).

Dilihat dari banyaknya penurunan jumlah wisatawan, maka sektor pariwisata membutuhkan adanya suatu usaha pengembangan atau pembangunan dan strategi pemasaran. Pariwisata di Indonesia mempunyai karakteristik yang berbeda antara satu dan yang lainnya, hal ini dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan apabila dikelola dengan baik dalam hal pemasaran. Promosi pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang masuk kedalam pemasaran pariwisata. Pada dasarnya promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran sendiri adalah suatu aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan suatu informasi, mempengaruhi, membujuk dan juga mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya supaya dapat bersedia, menerima, serta loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Promosi merupakan salah satu variabel

pada bauran pemasaran yang penting untuk dapat dilaksanakan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran atas produk atau jasanya. Promosi juga merupakan salah satu penentu terjadinya keberhasilan dari suatu program strategi pemasaran (Radji dan Kasim, 2018). Untuk dapat mengembangkan suatu produk atau jasa yang dimiliki, maka perlu adanya strategi promosi yang baik.

## **B. Fokus Masalah**

Dari uraian latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini adalah “Bagaimana strategi peningkatan kunjungan wisatawan dalam upaya mempromosikan melalui strategi promosi Taman Sari pada masa *New normal*”. Sedangkan pengertian Promosi itu sendiri merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasarannya berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Fokus penelitian ini kemudian dijabarkan dalam dua pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bentuk strategi promosi apa sajakah yang dilakukan oleh pengelola taman sari?
2. Apa sajakah faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi dalam upaya peningkatan kunjungan wisatawan di Taman Sari setelah masa pandemi covid-19 atau masa *New Normal*

### **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini nantinya dapat dijadikan beberapa manfaat, diantaranya:

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan awal untuk peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan teori strategi dalam upaya mempromosikan peningkatan kunjungan wisatawan di Taman Sari pada masa *New Normal*

2. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan untuk memperkaya konsep atau teori yang mendukung perkembangan pengetahuan kepariwisataan yang ada di kampus STP AMPTA Yogyakarta tentang strategi promosi peningkatan kunjungan wisatawan di Taman sari pada masa *New Normal*.

3. Bagi pihak pengelola Taman Sari

Sebagai suatu bahan masukan serta evaluasi bagi pengelola obyek wisata tamansari dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yang ada di Taman Sari Yogyakarta.