

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi Covid 19 yang terjadi sejak tahun 2020 membuat keadaan di berbagai negara mengalami perubahan besar. Perubahan tersebut meliputi berbagai aspek kehidupan, mulai dari perekonomian, pendidikan, kesehatan, hingga aspek pariwisata. Salah satu negara yang juga terdampak yaitu Indonesia. Di Negara Indonesia, penyebaran virus covid-19 terjadi secara masif sehingga pemerintah terpaksa melakukan pembatasan dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Adapun pembatasan tersebut adalah sebuah kebijakan di mana masyarakat diminta untuk melakukan semua kegiatannya di rumah saja guna meminimalisir penyebaran virus yang semakin hari semakin meluas. Akan tetapi, kebijakan ini memiliki dampak besar di dalam kehidupan masyarakat, salah satunya adalah maraknya tempat pariwisata yang terpaksa tutup dikarenakan banyak para pekerja yang dirumahkan akibat larangan kegiatan di luar. Dampaknya, nyaris pariwisata di seluruh kota mengalami penurunan jumlah pengunjung, salah satunya tempat-tempat pariwisata di Kota Yogyakarta. Menurut Kepala Bidang Promosi Pariwisata Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, Andrini Wiramawati (2020), jumlah kunjungan wisatawan ke Yogyakarta pada tahun 2020 lebih sedikit dibandingkan 2 tahun lalu yang mencapai jumlah 4 juta pengunjung. (Jogjapro, 2021)

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota yang banyak dikunjungi terutama di waktu liburan. Yogyakarta sendiri memiliki berbagai destinasi wisata yang cukup menarik dan terkenal, sebut saja Pantai Parangtritis, kawasan Malioboro, Candi Prambanan, Tebing Breksi hingga yang terbaru adalah *Heha Sky View*. Namun, akibat adanya Covid 19 dan peraturan mengenai pembatasan di lokasi wisata, membuat seluruh destinasi wisata di Yogyakarta mengalami penurunan jumlah pengunjung. Menurut data Dinas Pariwisata DIY, akumulasi jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Yogyakarta tahun 2020 sekitar 1.384.781 pengunjung, yang terdiri dari 40.570 wisatawan internasional dan 1.344.211

wisatawan lokal. Jumlah ini mengalami penurunan dari tahun 2019 yang mencapai angka 4.378.909 pengunjung (Yogyakarta, 2020).

Penurunan jumlah pengunjung tersebut tentu membuat lokasi wisata menjadi sepi. Perihal inilah yang membuat turis ragu untuk datang. Alhasil, jumlah pendapatan pelaku UMKM (Usaha Mikro Kelas Menengah) di sekitar tempat wisata di Yogyakarta mengalami krisis. Untuk itu berbagai upaya dilakukan guna memulihkan kembali tempat-tempat wisata di Yogyakarta mengingat status pandemi covid-19 di Indonesia mulai memasuki era *new normal*. Artinya, pemerintah sudah mulai melonggarkan beberapa peraturan, mulai dari jam operasional tempat makan lebih lama, sistem kerja sudah kembali *offline*, pembelajaran dapat dilakukan dengan metode tatap muka, dan lokasi wisata mulai dibuka kembali untuk umum. Menurut Doni Monardo, selaku ketua Gugus Tugas Percepatan Penangan covid 19, sudah ada beberapa lokasi wisata yang rencananya akan dibuka secara bertahap. Wilayah wisata yang sudah diizinkan dibuka yaitu berada di Kabupaten/Kota yang ada di zona hijau atau kuning. Kawasan yang dimaksud meliputi Kawasan wisata bahari, konservasi perairan, wisata petualangan, taman nasional, taman wisata alam, taman hutan raya dan juga suaka margasatwa. Selain itu, wisata seperti *Geopark*, kebun raya, kebun binatang, taman safari, desa wisata dan kawasan lainnya yang dikelola oleh masyarakat juga sudah bisa dibuka secara bertahap. (Kompas.com diakses pada 10 Juni 2022, Dani Prabowo, 23 Juni 2020). Dengan adanya kondisi tersebut secara tidak langsung dimanfaatkan oleh beberapa kalangan untuk memajukan wisata-wisata daerah –termasuk di kota Yogyakarta- dengan membangkitkan semangat masyarakat untuk mengunjungi tempat wisata, seperti halnya yang dilakukan oleh iNews.id.

iNews.id merupakan salah satu portal berita nasional yang memiliki jaringan portal berita daerah. iNews.id juga merupakan media massa di bawah naungan MNC Group. Sejarah dari iNews.id ini dimulai sejak tahun 2007 dengan beberapa perubahan nama dengan nama pertama yaitu SUN TV lalu berganti ke SINDO TV pada tahun 2011 hingga pada akhirnya di tahun 2015 resmi menjadi iNews.id hingga saat ini. iNews.id merupakan portal berita

nasional yang mengusung konsep *trendy* dalam setiap media yang digunakan. Meskipun menggunakan konsep *trendy*, iNews.id tetap memberikan informasi atau berita yang kredibel sesuai dengan isu-isu yang ada. iNews.id menggunakan beberapa media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan berita dan informasi kepada masyarakat luas. Media sosial tersebut berupa *Website*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Twitter*. Media sosial tersebut merupakan sebuah alat bantu yang berguna untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat untuk bisa mencapai tujuan individu atau kelompok (Nasrullah, 2016).

Tidak hanya itu saja, jenis berita dan informasi dari iNews.id sendiri disajikan dengan sangat lengkap, mulai dari berita nasional, *update* seputar Covid 19, *lifestyle*, berita seputar olahraga, kesehatan, kecantikan, dan juga daftar destinasi wisata. Untuk berita mengenai destinasi wisata, iNews.id menyajikannya dalam portal berita khusus yaitu di portal berita daerah. Perihal tersebut dilakukan agar dalam penyajian wisata daerah dapat lebih spesifik dan tentunya ketika pembaca mencari informasi wisata daerah—terutama wisata di kota Yogyakarta—dapat merujuk pada iNews.id untuk wilayah Yogyakarta.

Dalam masyarakat khususnya pada generasi milenial, proses mencari informasi mengenai pariwisata atau lokasi wisata yang hendak dijadikan sebagai tujuan berlibur lebih sering memanfaatkan media sosial yang ada, mulai dari *Instagram*, *Website*, *Facebook* dan platform lainnya. Alasan masyarakat ini mencari informasi dari media sosial tersebut, karena dalam proses perencanaan perjalanan wisata, masyarakat sudah terbiasa dengan media yang menyediakan informasi lengkap mengenai wisata atau pariwisata akan dikunjungi. Mulai dari fasilitas, alat transportasi, akomodasi, tempat makan, tiket masuk lokasi wisata dan berbagai hal menarik dalam lokasi wisata tersebut. (Wiweka, Wachyuni, & dkk, 2019).

Menurut data dalam Hootsuite, per Januari 2021, pengguna internet di Indonesia mencapai angka 202.6 juta. Berdasarkan data tersebut bisa dikatakan bahwa banyak masyarakat Indonesia yang kehidupannya tidak bisa terpisahkan serta juga semakin dipermudah dengan adanya internet. Salah satu elemen penting dalam internet adalah *website*. Menurut PANDI (Pengelola Nama

Domain Internet Indonesia) hingga bulan Februari 2021, pengguna domain .id menyentuh angka 500.000 pengguna yang menandakan bahwa makin banyak masyarakat yang sadar akan pentingnya keberadaan *website* di masa *digital*. *Website* mempunyai peran yang cukup penting terutama bagi pihak-pihak yang mengalami kesulitan di masa pandemi covid 19.

Alasan peneliti hanya menggunakan 1 media saja dalam penelitian ini karena berdasarkan hasil observasi dari beberapa portal berita, artikel yang dirilis oleh iNews.id lah yang mempunyai *up date* berita yang cukup lengkap mengenai isu dampak pandemi di wisata Yogyakarta. Mulai dari informasi penutupan lokasi wisata di Yogyakarta, aturan-aturan yang ditetapkan pemerintah Kota Yogyakarta di lokasi wisata, konsekuensi yang akan didapatkan jika memaksa datang ke lokasi wisata di Yogyakarta hingga informasi terbaru berbagai lokasi wisata di Kota Yogyakarta yang sudah boleh dikunjungi dimasa pandemi covid 19. Berdasarkan hal tersebut, peneliti hanya menggunakan 1 media saja dalam proses penelitian karena selain informasi yang ada sudah cukup lengkap, juga ingin melihat bagaimana peran dari media iNews.id dalam mempromosikan wisata Kota Yogyakarta dimasa pandemi covid 19.

Portal berita iNews.id merupakan sebuah portal berita nasional yang memberikan informasi dan berita yang kredibel. iNews.id menghadirkan konten-konten baik artikel ataupun konten lainnya yang menarik dengan isi atau berita yang membahas isu-isu terbaru. iNews.id juga selalu memperbarui informasi terbaru terkait dengan isu yang sedang beredar di masyarakat. Dalam artikel yang dirilis oleh iNews.id terdapat informasi yang dikemas dengan lebih simpel dan mudah dipahami oleh siapa saja. iNews juga merupakan portal berita yang mempunyai banyak kanal di dalam websitenya. Kanal-kanal ini mempunyai isu atau topik yang berbeda, mulai dari wisata, otomotif, *life style* dan lain-lain. Hal ini lah yang membedakan iNews.id dengan portal berita lainnya. Kanal dalam website milik iNews.id sangat memudahkan *audiens* yang ingin mencari artikel. Selain itu, terdapat juga kolom kata kunci

yang bisa digunakan *audines* untuk mencari artikel sesuai dengan kata kunci yang ada di kanal kanal dalam *website*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan isu pariwisata yang ada di Kota Yogyakarta dimasa pandemic covid 19. Alasan peneliti mengambil isu pariwisata di Kota Yogyakarta karena Yogyakarta merupakan salah satu kota tujuan wisata di Indonesia setelah Bali. Yogyakarta mempunyai berbagai lokasi wisata yang juga terdampak covid 19. Dampak covid 19 yang melanda Kota Yogyakarta ini tidak hanya di lokasi wisata saja, di beberapa tempat seperti UMKM hingga hotel juga merasakan dampak tersebut. Dampak akibat pandemi covid 19 yang melanda sektor pariwisata Yogyakarta mencapai 10 triliun. Banyak lokasi wisata di Yogyakarta yang ditutup oleh pemerintah, namun juga ada yang memang ditutup sendiri oleh pengelola lokasi wisata. Di sisi lain, penurunan pengunjung hotel di Yogyakarta terus menurun. Sumber menyebutkan bahwa hunian di Yogyakarta mengalami penurunan di rata rata 10 persen. Beberapa mencatatkan bahwa huniannya 0 persen atau harus benar benar ditutup. Hal ini berbeda dengan di Bali yang meskipun terdampak covid 19, lokasi wisata dan beberapa hotel atau hunian tetap beroperasi.

Upaya yang dilakukan oleh *iNews.id* tersebutlah yang pada akhirnya membuat peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi mengenai peran *iNews.id* sebagai media promosi wisata Kota Yogyakarta di masa pandemi Covid 19. Selanjutnya, untuk menghindari pembahasan yang meluas, maka peneliti memfokuskan penelitian ini kepada keberadaan konten promosi *iNews.id* khususnya di *Website* untuk melihat peran *iNews.id* serta bagaimana konten tersebut dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Kota Yogyakarta di masa pandemi Covid 19. Urgensi penelitian ini adalah masih banyak masyarakat yang berfikir bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh media berupa mengiklankan, memasarkan dan menjual produk atau jasa saja, namun dari hasil observasi yang telah dilakukan, kegiatan promosi yang dilakukan oleh media seperti *iNews.id* lebih dari hal tersebut.. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh media khususnya *iNews.id* berupa deskripsi produk, jasa, layanan hingga potensi wilayah di sebuah daerah, bahaya yang

ada dilokasi wisata, keselamatan pengunjung hingga himbauan terhadap audiens. Peneliti berusaha untuk melihat bagaimana media iNews.id menjelaskan poin poin tersebut, mulai dari keselamatan pengunjung di lokasi wisata khususnya di kota Yogyakarta, deskripsi dari wisata di kota Yogyakarta hingga berbagai informasi wisata di Yogyakarta terutama yang berkaitan dengan pandemi covid 19.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana peran dari portal berita nasional iNews.id sebagai media promosi wisata kota Yogyakarta dimasa pandemic covid 19?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan mengenai peran dari portal berita iNews.id sebagai media promosi wisata Kota Yogyakarta di masa pandemi covid 19.

1.4. Manfaat Penelitian

Berlandaskan pada latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan dari penelitian ini maka manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis. Adapun manfaat teoritis dan praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi akademisi dalam menambah khasanah keilmuan baru dalam memahami peran portal media massa yang dapat dilakukan sebagai media promosi suatu daerah atau wilayah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan referensi bagi berbagai portal media massa, khususnya iNews.id dalam melakukan evaluasi guna meningkatkan peran media massa sebagai media promosi.

1.5. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian bisa lebih terarah dan memudahkan dalam pembatasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Luas ruang lingkup hanya meliputi informasi seputar peran media iNews.id dalam melakukan promosi wisata Kota Yogyakarta dimasa pandemic covid 19.
2. Informasi yang disajikan yaitu : media iNews.id, dampak pandemi covid 19 di sektor wisata Kota Yogyakarta, upaya iNews.id dalam promosi wisata Yogyakarta dimasa pandemi, serta dampak upaya iNews.id dalam mempromosikan wisata Yogyakarta dimasa pandemic covid 19.

1.6. Sistematika Pembahasan

Dalam memberikan penjelasan secara lengkap pada penelitian ini, maka sistematika penulisan skripsi dibagi menjadi lima bab meliputi :

1. Bab I : Pendahuluan. Dalam bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah dan rumusan masalah. Selain itu juga terdapat tujuan masalah, manfaat dan sistematika penulisan.
2. Bab II : Kajian Teori. Dalam bab kajian teori menjelaskan tentang kajian pustaka yang peneliti gunakan untuk menyelidiki permasalahan di lapangan, seperti penjelasan mengenai definisi konseptual dan kajian teori, teori terdahulu hingga kerangka berpikir.
3. Bab III : Metode Penelitian. Dalam bab Metode Penelitian, peneliti menjelaskan tentang jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Selain jenis penelitian, dalam Bab III penulis juga memaparkan sumber data, subjek dan objek penelitian, waktu dan tempat penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta uji validitas data.

4. Bab IV : Hasil Penelitian. Dalam bab hasil penelitian menyajikan hasil temuan penelitian yang dilakukan dengan metode wawancara dan observasi di iNews,di tentang peran iNews.id sebagai media promosi yang kemudian diolah dan dikaitkan dengan kajian pustaka yang telah peneliti paparkan dalam Bab II.
5. Bab V : Penutup. Dalam bab penutup, peneliti memaparkan kesimpulan yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti juga menyampaikan saran yang berisi tentang saran atau rekomendasi dari peneliti terkait.

