



# LAPORAN PENDAHULUAN

## Penyusunan Profil Pariwisata Kota Surakarta



## KATA PENGANTAR

Salah satu titik fokus pemerintah daerah Kota Surakarta dalam mengembangkan pariwisata adalah melalui pemasaran pariwisata. Untuk mencapai visi Kota Surakarta yang ingin menjadi daerah tujuan wisata kemudian dilakukan strategi pemasaran pariwisata. Pada perkembangannya Kota Surakarta yang memang memiliki potensi di bidang pariwisata mulai menerapkan *strategi city branding* untuk mengangkat pariwisata di Kota Surakarta. Berbekal dengan potensi di bidang budaya akhirnya Kota Surakarta membangun *branding* kota di tahun 2005 dengan *tagline* “Solo the spirit of java”.

Buku Profil Pariwisata Kota Surakarta ini memiliki peranan penting pada sektor pariwisata melalui upaya pendokumentasian dan publikasi atas potensi pariwisata yang dimiliki. Meskipun dalam sisi perkembangannya industri pariwisata lebih dipandang sebagai fenomena ekonomi atau bisnis, namun melalui buku ini pariwisata dapat dipandang sebagai fenomena perjumpaan kebudayaan yang memiliki implikasi sosial-budaya yang cukup kompleks. Mengangkat tema “Untold Story: Beyond What You See” ini ingin menemukenali pariwisata dari sudut pandang yang berbeda dengan menggali cerita yang masih awam terdengar di telinga masyarakat. Melalui nilai-nilai sejarah yang diuraikan akan menjadi sarana edukasi yang baru serta andalan / aset pariwisata yang telah dikembangkan khususnya di daerah Surakarta seperti tradisi atau ekspresi hidup, tradisi lisan, seni pertunjukan, praktek-praktek sosial, ritual, perayaan-perayaan. Pendekatan budaya yang dilakukan akan mempercepat informasi dan meningkatkan ketertarikan budaya di suatu daerah sehingga bisa menjadi suatu ikon pariwisata yang akan menjadi daya tarik wisata tersendiri.

Seri Buku Profil Pariwisata pada tahun 2022 terdiri dari 5 bab diantaranya : Peristiwa Budaya, Tempat Bersejarah, Ruang Publik, Kuliner, dan Serba-serbi dengan total sub bab 34 obyek. Harapannya melalui buku ini dapat menjadi kekayaan pengetahuan yang ditularkan tidak hanya kepada wisatawan domestik dan mancanegara saja, melainkan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Proses regenerasi pengetahuan merupakan modal penting bagi pembangunan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta memiliki tugas dan kewajiban untuk memberikan kontribusi sebesar-besarnya bagi pihak yang terkait terutama dalam pengembangan sektor pariwisata di Kota Surakarta.

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>i</b>
1.1 Latar Belakang .....	i
1.2 Maksud dan Tujuan .....	19
1.3 Sasaran.....	19
1.4 Lokasi.....	19
1.5 Keluaran .....	19
1.6 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan .....	21
1.7 Sistematika Penulisan Kajian .....	22
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>23</b>
2.1 Tinjauan Konseptual .....	23
2.1.1 <i>Plesir</i> .....	23
2.1.2 Pariwisata .....	25
2.1.3 Profil Pariwisata Perkotaan.....	38
2.2 Tinjauan Pustaka .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>50</b>
3.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	54
3.2 Tempat Penelitian.....	55
3.3 Partisipan Penelitian .....	56
3.4 Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	56
3.5 Teknik Analisis Data .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan .....	21
--	----



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak tahun 2019 menyebabkan seluruh sektor lumpuh sementara. Pandemi juga membawa dampak perubahan yang sangat besar bagi kehidupan manusia tidak hanya dari segi ekonomi melainkan juga secara psikologis maupun kebudayaan. Secara psikologi, adanya pandemi Covid-19 ini membawa kecemasan sosial dan menimbulkan luka akut. Kecemasan akan kehilangan nyawa (*"Fear of Death"*), kehilangan pekerjaan dan jatuh miskin (*"Fear of Economic"*), dan kehilangan kehidupan sosial, harapan, kebergunaan (*"Fear of Actualization"*). Ketakutan dan rasa cemas itu terjadi ditingkat individu namun kemudian bermetamorfosis dan menjelma menjadi keresahan komunal yang berujung pada berbagai persoalan sosial seperti keputusan, isolasi, depresi, kejahatan, kenekatan, hingga ekstrimisme. *Mindfulness* dan *well-being* menjadi kelangkaan di tengah-tengah era ketakutan ini.

Secara sosial, saat pandemi masing-masing negara akan semakin egois dengan berupaya keras melindungi kepentingan masing-masing. Pembatasan dan pelarangan arus keluar-masuk orang (penerbangan), barang (ekspor-impor), kontrol perbatasan akan kian massif dengan alasan kepentingan nasional masing-masing negara. Bukan suatu hal yang aneh karena pandemi datang begitu cepat

dan semua negara *gelagapan* meresponnya: mulai dari kebijakan PSBB/*lockdown*, antisipasi darurat perlengkapan dan infrastruktur kesehatan, menangani krisis ekonomi, hingga produksi/distribusi vaksin.

Sebelum pandemi, sistem produksi global mengalami globalisasi di mana rantai pasok produksi tersebar diberbagai untuk memanfaatkan spesialisasi, skala ekonomi, pasok tenaga kerja, kedekatan dengan bahan baku, maupun kedekatan pasar akhir. Namun dengan adanya pandemi, kondisinya berbalik. Memiliki rantai pasok tersebar diberbagai belahan dunia membawa risiko kritikal ketika arus barang melintas negara mengalami sumbatan. Dampaknya serius disektor-sektor manufaktur seperti: otomotif, komputer/elektronik, garmen, farmasi, kimia, hingga makanan/minuman. Pasca pandemi berbagai industri akan membangun resiliensi dengan membangun ekosistem rantai pasok yang lebih terkonsentrasi di lingkup regional bahkan bahkan nasional, tak lagi tersebar di berbagai belahan dunia.

Pandemi menjadi katalis bagi konsumen untuk bermigrasi ke ranah digital/*online* dengan munculnya *home economy* akibat pandemi, maka seluruh aktivitas konsumen kini dilakukan secara digital: berbelanja, bekerja, belajar, berobat, menikmati hiburan, bahkan beribadah. Ketika ekonomi fisik terhenti akibat pandemi, maka ekonomi digital menggantikannya sehingga geliat perekonomian masih berjalan. Tak heran jika transformasi digital menjadi agenda terpenting bagi perusahaan untuk tetap bisa survive di tengah pandemi.

Salah satu industri yang memanfaatkan transformasi digital yaitu industri pariwisata. Indonesia menjadi salah satu negara yang mengelola sektor pariwisata dengan serius. Hal ini dilakukan semata-mata agar kunjungan wisata internasional dapat meningkat dan mampu menyerap tenaga kerja dari masyarakat setempat serta bermanfaat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Meskipun demikian, masih sulit untuk memastikan bagaimana rupa industri pariwisata dan tren wisata setelah pandemi ini berlalu. Perlu disadari, dalam skenario berlakunya norma baru pasca pandemi, yaitu berupa pembatasan jarak interaksi antar manusia dan ancaman penularan pada kerumunan massa, industri pariwisata menghadapi dilema yang pelik. Dilema yang dialami industri pariwisata pasca pandemi adalah bagaimana meningkatkan produktivitas namun harus dapat menghindari potensi penularan yang mungkin terjadi jika wisatawan hadir kembali dalam jumlah banyak. Dalam hal ini masyarakat dituntut untuk terus kreatif dan adaptif agar dapat bertahan hidup.

Salah satu daerah yang mencoba bangkit dari keterpurukan pandemi yakni Kota Surakarta. Melalui kekayaan budaya yang sangat kental dan sebagai pusat kebudayaan Jawa, pemerintah melakukan perencanaan yang matang serta strategi yang tepat dengan melakukan *city branding*. Hal ini semata-mata dilakukan untuk memasarkan pariwisata Kota Surakarta untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Namun, dalam menerapkan strategi *city branding*, pemerintah Kota Surakarta kurang terencana dengan sistematis, sehingga *city branding* hanya dipahami secara sempit yakni hanya pada aspek visualisasi.

Surakarta atau Solo merupakan daerah tujuan wisata yang sering didatangi oleh wisatawan dari kota-kota besar, meskipun tak sepopuler Yogyakarta. Kota ini umumnya menjadi persinggahan wisatawan yang berlibur ke Yogyakarta dan candi Borobudur / Prambanan. Daya Tarik utama sebagai kota yang unik dengan jiwa Jawa yang melekat di dalamnya, Kota Solo memiliki banyak peninggalan sejarah dan budaya, serta keramahtamahan penduduknya. Solo adalah tempat wisata istimewa yang mempunyai gairah wisata belanja, kuliner dan festival. Sebagai sebuah kota tua di Jawa, Solo kental dengan nuansa ketenangan, kehangatan penduduknya, dan menjadi tempat yang nyaman baik untuk liburan maupun bisnis.

Asal mula nama Kota Solo untuk menyebut nama Kota Surakarta berkaitan dengan nama sebuah dusun yaitu Dusun Sala yang dipilih oleh Sultan Pakubuwana II ketika akan mendirikan istana baru, setelah perang suksesi Mataram terjadi di Kartasura. Sebutan Solo sendiri merupakan pelafalan oleh orang Belanda yang tidak fasih melafalkan kata Sala. Nama Solo ini ternyata menjadi lebih populer dipakai sampai sekarang bahkan memiliki konotasi cultural. Nama "Surakarta" yang mulai dipakai ketika Kasunanan didirikan, sebagai kelanjutan monarki Kerajaan Mataram di Kartasura justru kalah populer dan sekarang nama Surakarta lebih banyak digunakan dalam situasi formal-pemerintahan.

Surakarta atau Solo merupakan kota peringkat kesepuluh terbesar se Indonesia di bawah Yogyakarta dan mendapat predikat sebagai kota besar terbaik

kedua dalam hal penataan ruang. Keunggulan lain dari kota Solo, yaitu keberhasilan memindahkan pedagang kaki lima dari kawasan hijau dan penghuni bantaran sungai dengan cara relokasi. Selain itu melalui Program Kementerian Negara Lingkungan Hidup (KLH) 2011 dengan tajuk "langit biru" menampilkan Kota Solo sebagai potret indah kota teladan, dengan kualitas udara terbersih di Indonesia. Surakarta memiliki semboyan "Berseri", akronim dari "Bersih, Sehat, Rapi, dan Indah", sebagai slogan pemeliharaan keindahan kota. Sementara Slogan The Spirit of Java digunakan untuk kepentingan pemasaran pariwisata, yang diharapkan bisa membangun citra Kota Solo sebagai pusat kebudayaan Jawa. Predikat lain Kota Surakarta atau Solo ini adalah sebagai kota paling ramah terhadap anak-anak, kota impian, kota cyber, kota budaya, kota trem, kota sepeda, dsb. Solo juga meraih predikat sebagai kota terbaik menurut versi Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK).

Melihat kondisi geografisnya, daya tarik wisata di Kota Solo didominasi oleh wisata budaya dan wisata belanja, selanjutnya wisata alam didukung oleh kabupaten yang mengelilingi Kota Solo yaitu Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Wonogiri, Kabupaten Sragen dan kabupaten Klaten yang kebudian terkenal dengan SUBOSUKOWONOSRATEN. Sehubungan dengan hal tersebut pemerintah Kota Solo membangun kerjasama khususnya di bidang pariwisata bersama dengan keenam kabupaten tersebut dengan istilah pariwisata SOLO RAYA.

Saat ini Kota Solo memiliki 4 (empat) obyek peninggalan sejarah (heritage) yaitu keraton Kasunanan, keraton Mangkunegaran, Museum Radya Pustaka, dan kampung Batik ; 3 (tiga) obyek peninggalan sejarah sekaligus belanja yaitu pasar Gedhe, pasar Klewer, pasar Triwindu, 3 (tiga) obyek belanja yaitu Beteng Trade Center, Pusat Grosir Solo, Pasar Klewer, serta 2 (dua) taman bertema (area publik): Taman Balekambang dan City walk.

Secara umum, Kota Surakarta atau Kota Solo memiliki berbagai daya Tarik wisata, di antaranya:

#### 1. Daya Tarik Wisata Budaya

Sebagai salah satu pusat budaya Jawa, Solo dikenal merupakan kerajaan Mataram Islam sebagai kelanjutan dari Kerajaan Mataram Islam yang bermula dari Kotagede dan mengalami perpindahan pusat kota ke Pleret, Kartasura, dan akhirnya Surakarta. Oleh Karena itu budaya dan peninggalan sejarah banyak dijumpai di kota ini baik berupa benda upacara adat, maupun perayaan-perayaan yang diadakan oleh keraton Surakarta setiap tahun di tanggal-tanggal tertentu sesuai penanggalan Jawa. Peninggalan sejarah dan perayaan-perayaan tersebut diantaranya:

##### a) Keraton.

Terdapat dua keraton di Kota Solo yaitu Keraton Kasunanan dan Keraton Mangkunegaran, dan kedua istana tersebut terbuka untuk kegiatan wisata.

b) Keris

Keris merupakan senjata tradisional kerajaan Jawa yang unik dan beberapa dianggap memiliki kekuatan kesaktian. Di Solo bahkan memiliki museum keris yang menyimpan berbagai bentuk dan variasi keris

c) Batik.

Batik adalah kain dengan corak atau motif tertentu yang dihasilkan dari bahan malam khusus (wax) yang dituliskan atau di cap pada kain tersebut, meskipun kini sudah banyak kain bermotif batik yang dibuat dengan proses cetak (printing). Solo memiliki banyak corak batik khas, seperti Sidomukti dan Sidoluruh. Di Kecamatan Laweyan terdapat Kampung Batik laweyan yaitu kawasan sentra industri batik yang sudah ada sejak zaman kerajaan Pajang tahun 1546. Kampung batik lainnya yang terkenal untuk para turis adalah Kampung Batik Kauman. Produk-produk batik Kampung Kauman dibuat menggunakan bahan sutra alam dan sutra tenun, katun jenis premisima dan prima, serta rayon. Keunikan yang ditawarkan kepada para wisatawan adalah kemudahan transaksi sambil melihat-lihat rumah produksi tempat berlangsungnya kegiatan membatik. Artinya, pengunjung memiliki kesempatan luas untuk mengetahui secara langsung proses pembuatan batik bahkan untuk mencoba sendiri mempraktekkan kegiatan membatik.

Batik Solo memiliki ciri motif yang khas, yaitu warna kecoklatan (sogan) yang mengisi ruang bebas warna, berbeda dari gaya Yogya yang ruang bebas warnanya lebih cerah atau putih. Pemilihan warna batik Solo cenderung gelap, mengikuti kecenderungan batik pedalaman. Jenis bahan batik bermacam-macam, mulai dari sutra hingga katun, dan cara pengerjaannya pun beraneka macam, mulai dari batik tulis hingga batik cap.

d) Gamelan

Gamelan adalah alat musik tradisional Jawa yang terbuat dari logam kuningan yang ditempa setelah dipanasi dengan api. Keraton Solo memiliki Gamelan yang dianggap pusaka keraton yaitu Sepasang Gamelan yakni Gamelan Kiai Guntur Madu dan Gamelan Kiai Guntur Sari.

e) Wayang Kulit

Kerajinan wayang dari kulit lembu. Pertunjukan Wayang kulit biasanya diadakan pada malam hari dan semalam suntuk dengan mengundang dalang-dalang yang cukup ahli agar menarik animo masyarakat. Pertunjukan ini diadakan di Bale Agung Keraton Surakarta

f) Wayang Orang

Kesenian ini didasarkan pada cerita Mahabarata dan Ramayana yang berisi macam-macam cerita mengenai pelajaran filosofi., pementasannya

disertai dengan nyanyian atau lagu Jawa. Pertunjukan wayang orang ini diadakan di kompleks Taman Sriwedari Surakarta.

g) Kethoprak

Kethoprak adalah drama tradisional yang didasarkan pada kejadian yang bersejarah, cerita rakyat dan legenda. Pertunjukan kethoprak ini diadakan di Taman Balekambang Surakarta.

h) Kirab Pusaka 1 Suro

Acara ini diselenggarakan oleh Keraton Surakarta dan Puro Mangkunegaran pada malam hari menjelang tanggal 1 Suro. Acara ini ditujukan untuk merayakan tahun baru Jawa 1 Suro. Rute yang ditempuh kurang lebih sejauh 3 km yaitu Keraton - Alun-alun Utara - Gladak - Jl. Mayor Kusmanto - Jl. Kapten Mulyadi - Jl. Veteran - Jl. Yos Sudarso - Jl. Slamet Riyadi - Gladak kemudian kembali ke Keraton lagi. Pusaka-pusaka yang memiliki daya magis tersebut dibawa oleh para abdi dalem yang berbusana Jawi Jangkep. Kirap yang berada di depan adalah sekelompok Kebo Bule bernama Kyai Slamet sedangkan barisan para pembawa pusaka berada di belakangnya.

i) Sekaten

Sekaten diadakan setiap bulan Mulud untuk memperingati kelahiran Nabi Muhammad SAW. Pada tanggal 12 Mulud diselenggarakan Grebeg Mulud. Kemudian diadakan pesta rakyat selama dua minggu. Selama dua minggu ini pesta rakyat diadakan di Alun-alun utara. Pesta rakyat

menyajikan pasar malam, arena permainan anak dan pertunjukan-pertunjukan seni dan akrobat. Pada hari terakhir Sekaten, diadakan kembali acara Grebeg di Alun-alun Utara. Upacara Sekaten diadakan pertama kali pada masa pemerintahan Kerajaan Demak.

j) Grebeg Sudiro

Grebeg Sudiro diadakan untuk memperingati Tahun Baru Imlek dengan perpaduan budaya Tionghoa-Jawa. Festival yang dimulai sejak 2007 ini biasa dipusatkan di daerah Pasar Gedhe dan Balong (di kelurahan Sudiroprajan) dan Balai Kota Solo.

k) Grebeg Mulud

Diadakan setiap tanggal 12 Mulud untuk memperingati hari Maulud Nabi Muhammad SAW. Grebeg Mulud merupakan bagian dari perayaan Sekaten. Dalam upacara ini para abdi dalem dengan berbusana "Jawi Jangkep Sowan Keraton" mengarak Gunungan (Pareden) dari Keraton Surakarta ke Masjid Agung Surakarta. Gunungan terbuat dari berbagai macam sayuran dan panganan tradisional. Setelah didoakan oleh Ngulama Dalem (Ulama Keraton), satu buah Gunungan kemudian akan diperebutkan oleh masyarakat pengunjung dan satu buah lagi dibawa kembali ke Keraton untuk dibagikan kepada para abdi dalem.

l) Tari-tarian klasik

Solo memiliki beberapa tarian daerah seperti Bedhaya (Ketawang, Dorodasih, Sukoharjo, dll.) dan Srimpi (Gandakusuma dan Sangupati).

Tarian ini masih dilestarikan di lingkungan Keraton Solo. Tarian seperti Bedhaya Ketawang secara resmi hanya ditarikan sekali dalam setahun setiap tanggal 2 Ruwah untuk menghormati Sri Susuhunan Pakoe Boewono sebagai pemimpin Kota Surakarta. Dalam acara ini sang raja duduk diatas dampar di Pendopo Agung Sasanasewaka dengan dihadap oleh para abdi dalem keraton sambil menyaksikan tari sakral " Tari Bedoyo Ketawang " yang ditarikan oleh 9 remaja putri yang belum menikah. Para penari terdiri dari para wayahdalem, santanadalem atau kerabat dalem lainnya atau dapat juga penari umum yang memenuhi persyaratan-persyaratan yang telah ditentukan.

m) Grebeg Pasa

Grebek ini diadakan untuk merayakan hari Raya Idul Fitri 1 Syawal. Acara ini berlangsung setelah melakukan salat Ied. Prosesi acaranya sama dengan Grebeg Mulud yaitu para abdi dalem mengarak Gunungan dari Keraton ke Mesjid Agung untuk didoakan oleh ulama keraton kemudian dibagikan kepada masyarakat pengunjung.

n) Syawalan

Syawalan mulai diadakan satu hari setelah hari Raya Idul Fitri dan berlangsung di Taman Satwa Taru Jurug di tepi Bengawan Solo. Pada puncak acara yaitu "Larung Getek Jaka Tingkir" diadakan pembagian ketupat pada masyarakat pengunjung. Pada acara syawalan juga diadakan berbagai macam pertunjukan kesenian tradisional.

o) Grebeg Besar

Berlangsung pada hari Idul Adha (tanggal 10 Besar). Upacara sama dengan prosesi Gunungan pada Grebeg Pasa dan Grebeg Mulud.

p) Solo Batik Carnival

Karnaval batik Solo atau Solo Batik Carnival adalah sebuah even tahunan yang diadakan oleh pemerintah Kota Surakarta dengan menggunakan batik sebagai bahan utama pembuatan kostum. Para peserta karnaval akan membuat kostum karnaval dengan tema-tema yang di tentukan. Para peserta akan mengenakan kostumnya sendiri dan berjalan di atas *catwalk* yang berada di jalan Slamet Riyadi. Karnaval ini diadakan setiap tahun pada bulan Juni sejak tahun 2008.

q) Solo Batik Fashion.

Solo Batik Fashion adalah sebuah peragaan busana batik tahunan yang diselenggarakan oleh pemerintah di tempat-tempat terbuka supaya dapat dinikmati oleh segenap warga Solo. Peragaan batik ini diadakan setiap tahun pada bulan Juli sejak tahun 2009.

2. Daya Tarik Wisata kuliner

Solo terkenal dengan banyaknya jajanan kuliner tradisional. Beberapa makanan khas Surakarta antara lain: sate kambing, nasi liwet, nasi timlo, nasi gudeg dan gudeg cakar, pecel desa, cabuk rambak, bestik Solo, selat Solo, bakso Solo, srabi, intip/ kerak, tengkleng, bakpia, roti mandarin, sosis solo, kambing guling, sate buntel, sate kere, dan masih banyak lagi.

Beberapa minuman khas Surakarta antara lain: wedang asle yaitu minuman hangat dengan nasi ketan, wedang dawet, gempol pleret (gempol terbuat dari sejenis tepung beras, sedangkan pleret terbuat dari ketan dan gula merah), jamu beras kencur yaitu jamu kesehatan yang berbeda dari jamu yang lain karena rasanya yang manis dan lain-lain. Berbagai macam kuliner tersebut dapat dijumpai di koridor Gladag, yang setiap malam akan diubah menjadi pusat jajanan terbesar di Kota Solo dengan nama Galabo (Gladag Langen Bogan).

### 3. Daya Tarik Wisata Belanja

Kota Surakarta memiliki banyak pasar tradisional yang menjual aneka barang tradisional yang sangat menarik untuk dikunjungi, pasar-pasar tersebut antara lain:

- Pasar Klewer

Pasar Klewer merupakan pasar batik dan tekstil, dan merupakan salah satu yang terbesar di Indonesia. Di pasar ini terdapat berbagai jenis batik dari kualitas yang paling rendah hingga kualitas yang paling tinggi.

- Pasar Antik Triwindu

Pasar ini terdapat di jantung Kota Solo, tepatnya di depan PuraMangkunegaran. Di pasar ini terdapat berbagai jenis barang kuno antara lain: lampu gantung, piring, porselen, batik, patung, dan sebagainya.

- Pasar Legi

Di pasar ini bisa didapati ukiran kaca yang dibuat secara tradisional dan tampilannya sangat menarik. Ukiran kaca ini juga dilukis para pengukirnya dengan seni painting yang cukup menarik, selain itu hasil lain berupa kaca-kaca antik, kotak perhiasan dan permata, gelas-gelas, dan sebagainya.

- Pasar Burung Depok

Pasar ini menjual berbagai macam burung dan binatang hias yang indah seperti: cucak rowo, burung dara, ayam bekisar, dan lain-lain. Pasar ini terletak di dekat Taman Balai Kambang.

- Beteng Trade Center (BTC) dan Pusat grosir Solo (PGS)

BTC dan PGS merupakan tempat berbelanja barang-barang kebutuhan kain, pakaian, sepatu dan tas. Tempat tersebut menawarkan barang mulai dari harga yang paling murah sampai yang paling mahal, dalam bentuk grosir maupun eceran. Kelebihan tempat tersebut dibandingkan dengan pasar tradisional adalah bangunannya yang modern dan bersih sehingga pengunjung dapat berbelanja dengan nyaman.

#### 4. Daya Tarik Wisata Alam

Sebenarnya Kota Solo hanya sedikit memiliki potensi wisata alam, yaitu keberadaan Bengawan Solo. Selama ini wisatawan berwisata alam di luar wilayah Kota Solo, namun masih masuk dalam kawasan Solo Raya.

Wisata-wisata alam di sekitar Solo banyak ditemui di wilayah kabupaten yang mengelilingi Kota Solo antara lain Tawangmangu (berada di timur kota Solo, di Karanganyar), kawasan wisata Selo (berada di barat kota Solo, di Boyolali), agrowisata kebun teh Kemuning, Air Terjun Jumog, Air Terjun Parang Ijo, Air terjun Segoro Gunung, Grojogan Sewu dan lain-lain. Selain itu di Kabupaten Karanganyar, tepatnya di lereng Gunung lawu terdapat beberapa candi peninggalan kebudayaan Hindu-Buddha, seperti Candi Suku, Candi Cetho, Candi Monyet, dan lain-lain.

Maka dari itu, dalam kajian Profil Pariwisata ini, ingin berfokus pada *branding* pariwisata itu sendiri melalui pendekatan historiografi. Kenapa historiografi?

Mengingat, citra atau *image* merupakan unsur penting bagi sebuah destinasi pariwisata. Wisatawan akan menggunakan citra destinasi wisata sebagai panduan yang akan mewakili dalam proses pengambilan keputusan, apakah akan berkunjung kesuatu destinasi atau tidak. Citra destinasi merupakan sekumpulan informasi mengenai unsur-unsur pembentuk destinasi tersebut sehingga citra destinasi akan mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap unsur-unsur produk yang ditawarkan oleh destinasi tersebut.

Jika dicermati dalam kurun waktu 9 tahun belakang Kota Surakarta telah mencetuskan branding yang tidak sedikit. Bermula dari tahun 2005 dengan *city brand* Kota Surakarta yang pertama kali yakni *Solo The Spirit Of*

*Java* (Solo jiwanya jawa) hingga yang baru-baru ini meluncurkan *Solo Future Is Solo Past* (Solo masa depan adalah solo masa lampau) yang merupakan bagian dari strategi pemasaran pariwisata.

Dalam strategi pemasaran pariwisata, beberapa langkah penting yang harus dilakukan adalah segmentasi pasar, penentuan pasar sasaran, positioning dan branding (Meidan, 1989:43). Menurut Kotler & Keller (2009, h.42), sebuah brand adalah entitas perseptual yang berakar dalam suatu kenyataan, tetapi mencerminkan persepsi dan bahkan pikiran dan perasaan konsumen. Brand personality adalah bauran spesifik dari sifat manusia yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa. Penelitian menunjukkan bahwa brand yang memiliki personalitas akan disukai konsumen karena manusia cenderung memilih brand yang mempunyai personalitas yang cocok dengan personalitas mereka.

*Brand personality* Kota Surakarta memenuhi 6 elemen antara lain ritual, simbol, *heritage of good* (keunggulan spesifik), *the aloof snob* (*city brand* menunjukkan karakter wisatawan), *the belonging* (rasa memiliki wisatawan) dan legenda. Dari 6 elemen tersebut terdapat elemen yang membuat *city brand* Kota Surakarta semakin kuat yang antara lain pada elemen ritual, simbol, *heritage of good* dan legenda, hal ini dikarenakan *city brand* yang digunakan Kota Surakarta mengangkat potensi yang berada pada elemen-elemen tersebut. Sedangkan pada elemen *the aloof snob* & *the belonging* tidak mampu menguatkan *city brand* Kota Surakarta, dikarenakan

terdapat ketidak harmonisan antara *city branding & sub-branding* yang ada sehingga karakter wisatawan yang masuk ke Kota Surakarta tidak dapat ditunjukkan dengan spesifik.

*Brand positioning* Kota Surakarta yang diusung sebagai kota pusat kebudayaan jawa sejalan dengan brand personality yang dimiliki Kota Surakarta. Dalam menentukan brand positioning Kota Surakarta berdasarkan pada elemen *uniquely* (keunikan) & kelebihan produk wisata yang ditawarkan sehingga terbentuklah positioning sebagai kota pusat kebudayaan jawa. Dalam mengkomunikasikan brand positioning terdapat beberapa elemen yakni *1.be creative, 2. Simplicity, 3.own, dominate & protect & 4.use their language*. Dari 4 elemen tersebut dirasa sudah sangat tepat dalam mengkomunikasikan brand positioning, akan tetapi masih lemah pada elemen *be creative*. Pemerintah daerah masih menggunakan cara-cara yang sangat formal dalam mengkomunikasikan brand positioning. Pada elemen lainnya yakni *Simplicity, own-dominant-protect & use their language* sudah sangat tepat dikarenakan orientasi yang akan dicapai adalah pasar pariwisata global sehingga perlu ada penyesuaian dengan bahasa pengantar internasional yakni bahasa inggris dalam pemasaran pariwisata Kota Surakarta.

*Brand identifier* bisa digolongkan menjadi tiga kelompok yaitu elemen brand itu sendiri (nama, logo, simbol, karakter, slogan, jingle, tanda/signage, juru bicara brand/spokesperson), produk (jasa dan

seluruh aktivitas pemasaran dan program pemasaran pendukung), dan asosiasi lainnya yang maknanya terkait dengan brand tersebut (seseorang, suatu tempat, atau suatu peristiwa/pengalaman tertentu). Brand identifiers Kota Surakarta dengan elemen positioning, verbal, visual, experiential mampu membedakan produk wisata yang ditawarkan di Kota Surakarta. Elemen verbal, visual yang diciptakan mampu mewakili brand personality Kota Surakarta untuk kemudian wisatawan dapat memahami karakter kota melalui verbal & visual. Akan tetapi pada elemen experiential dirasa masih lemah dikarenakan minimnya tawaran produk wisata di Kota Surakarta sehingga kunjungan wisatawan di Kota Surakarta masih dalam batas waktu yang singkat. Pemerintah Kota Surakarta yang dalam menangani masalah pariwisata ditangani oleh dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Surakarta menyadari bahwa target pasar merupakan hal sangat penting dalam menyusun strategi pemasaran. Adapun target pasar yang menjadi focus pemerintah Kota Surakarta dalam pengembangan pemasaran pariwisata adalah pasar asia tenggara. Dengan menjadikan asia tenggara sebagai target pasar utama dari pariwisata Kota Surakarta karena atas pertimbangan wilayah tersebut merupakan penyumbang wisatawan terbesar untuk kunjungan ke Kota Surakarta.

Permasalahan? Meningkatkan *brand image* Kota Surakarta. Wisatawan dapat membentuk ekspektasi tentang komposisi dan manfaat kunjungannya. 2). Meningkatkan efisiensi dalam bidang promosi. Akan

lebih mudah untuk menghubungkan sebuah produk wisata baru dengan brand yang telah ada di benak konsumen daripada membangun brand baru terlebih dahulu dan kemudian menghubungkan produk baru. 3). Merevitalisasi *city brand* Kota Surakarta. Dengan melalui brand extension dapat meningkatkan ketertarikan & bahkan menguatkan pada *City brand* Kota Surakarta.

## 1.2 Maksud dan Tujuan

- A. Untuk menyusun Profil Wisata di Kota Surakarta
- B. Menyiapkan arahan kebijakan dan strategi pengembangan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara di Surakarta.

## 1.3 Sasaran

Adapun sasaran yang akan dicapai adalah tersedianya dokumen mengenai:

- A. Buku profil pariwisata Kota Surakarta.
- B. Rekomendasi dan strategi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Surakarta.

## 1.4 Lokasi

Lokasi kegiatan ini adalah di Kabupaten Jepara.

## 1.5 Keluaran

- A. Analisa Profil Wisata Kota Surakarta;

- B. Metodologi pelaksanaan survei yang merupakan buku panduan lengkap tentang pelaksanaan survei termasuk kuesioner yang akan menjadi buku metodologi dan kuesioner pelaksanaan survei profil wisata.
- C. Rekomendasi rencana strategi dan program untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Adapun produknya secara bertahap tersusun dalam buku laporan sebagai berikut:

**1. Laporan Pendahuluan : 5 (lima) buah buku**

- Latar belakang berisi identifikasi awal.
- Metodologi analisa kajian.
- Mekanisme pelaksanaan pekerjaan.
- Laporan Pendahuluan digandakan sebanyak 5 (lima) buah serta dipresentasikan pada awal bulan pertama sejak SPMK diterbitkan untuk mendapatkan masukan dan penyempurnaan.

Pembahasan FGD Laporan Pendahuluan menggunakan Narasumber Pembahas (minimal setara eselon II) dan Moderator (Setara Eselon IV), FGD bertempat di Hotel Bintang 3 (konsumsi Halfday) dengan backdrop dengan ukuran 4 x 2.5 meter minimal 4 warna, bantuan transportasi peserta sesuai SHBJ.

**2. Laporan Akhir : 5 (lima) buah buku**

Laporan Akhir memuat antara lain :

- a. Laporan Akhir berisikan substansi yang komprehensif mengenai jbaran implementasi rekomendasi rencana strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan di Kota Surakarta.
- b. Laporan Akhir diserahkan dan dipresentasikan selambat-lambatnya pada akhir bulan kelima sejak SPMK diterbitkan.

Pembahasan FGD Laporan Akhir menggunakan Narasumber Pembahas (minimal setara eselon II) dan Moderator (Setara Eselon IV), FGD bertempat di Hotel Bintang 3 (konsumsi Halfday) dengan backdrop dengan ukuran 4 x 2.5 meter minimal 4 warna, bantuan transportasi peserta sesuai SHBJ.

### 1.6 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 90 hari kalender. Rincian jadwal penelitian disajikan pada Tabel berikut:

**Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan**

No	Tahapan	BULAN		
		I	II	III
1	Ketugasan Tim Leader	X	X	
2	Ketugasan Tenaga Ahli	X	X	
3	Pendataan/Survey	X	X	
4	Penyusunan dan Pengetikan Laporan	X	X	
5	Editing dan Rekomendasi	X	X	
6	Presentasi Laporan Pendahuluan	X		
7	Presentasi Laporan Akhir			
8	Revisi/Penyempurnaan Laporan Akhir			

No	Tahapan	BULAN		
		I	II	III
9	Pencetakan Laporan			

### 1.7 Sistematika Penulisan Kajian

Sistematika penulisan kajian Penyusunan Profil Pariwisata adalah sebagai berikut:

#### Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang, maksud dan tujuan penelitian, sasaran penelitian, dasar hukum, luaran, jadwal, dan sistematika penulisan penelitian.

#### Bab II Kajian Pustaka

Berisi tentang teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini.

#### Bab III Metodologi

Berisi mengenai metode yang digunakan untuk penelitian ini.

#### Bab IV Hasil Temuan dan Pembahasan

Berisi tentang hasil temuan data beserta pembahasannya

#### Bab V Kesimpulan dan Rekomendasi

Berisi tentang kesimpulan, saran, dan rekomendasi arah kebijakan dan strategi pengembangan.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Konseptual

##### 2.1.1 Plesir

Penelitian perihal profil pariwisata di Surakarta ini memakai beberapa konsep untuk memperjelas kajian dan mempertajam analisa. Pertama, terminologi “plesir”. Dalam bahasa Jawa, ‘plesir’ merupakan kata serapan dari Bahasa Belanda ‘plezier’ dan juga berasal dari bahasa Prancis kuno ‘plaisir’ yang artinya ‘kesenangan; kenikmatan; kegembiraan; kepuasan’ (Oxford Dictionary, 1995). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata ‘plesir’ memuat definisi ‘sebagai kegiatan untuk bersenang-senang; mencari kesenangan; berjalan-jalan untuk bersenang-senang; mencari kesenangan; bertamasya; berlibur’ (KBBI). Secara garis besar, makna plesir (leisure) adalah suatu kebebasan untuk mengembangkan diri yang terekspresikan dalam suatu kegiatan (Deria Adi Wijaya, 2018: 18-23).

Berkembangnya budaya ‘plesiran’ dapat dikatakan sebagai buah akibat dari adanya industrialisasi di negara-negara barat. Gagasan dan ide-ide tersebut muncul dari beberapa cendekiawan barat yang mengkaji tentang makna definisi serta konsep-konsep yang melekat pada fenomena plesiran. Pertama, Dumazedier (1960) yang juga dikenal sebagai ‘*father of leisure studies*’

memandang bahwa kegiatan plesir tersebut merupakan fenomena sosial yang unik, yang lahir dari tuntutan para kaum pekerja untuk 'memanusiakan' manusia. Munculnya budaya plesiran pada kaum pekerja di negara-negara industri banyak menuntut suatu penyediaan ide-ide dan gagasan untuk memunculkan berbagai macam jenis hiburan yang dapat dilakukan pada waktu luang (Dumazedier, 1960: 526)

Kelly mendefinisikan kata 'plesir' sebagai kegiatan yang dipilih dalam suatu kebebasan, yang relatif berkualitas dan memberikan kepuasan (Kelly, 1982). Sedangkan Murphy memaknai plesir dari berbagai 'sudut pandang' (point of view), mulai dari bentuknya, jenis waktunya, sebagai instrumen sosial untuk mencapai tujuan tertentu, untuk menunjukkan kelas sosial, sebagai suatu 'state of freedom', sebagai suatu ekspresi diri, pemenuhan kepuasan yang tak kalah penting dari bekerja itu sendiri (Murphy, 1974). Lebih lanjut, Jonas dan Bartlett menyebutkan bahwa kegiatan plesir merujuk pada aktivitas sangat prestisius dan identik dengan kegiatan yang hanya dilakukan oleh orang-orang kaya dan berkedudukan kuat dalam suatu sistem sosial dalam masyarakat, berdasarkan jenis sosial, tingkat pendidikan, dan bercirikan agama tertentu (Jones & Bartlett, 1998:50-51).

Secara harafiah plesir sendiri identik dengan kegiatan pariwisata, dimana motif yang mendasari seseorang/wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata di waktu luang, yaitu untuk mendapatkan rasa kesenangan, kepuasan dan kebahagiaan (Pitana dan Diarta, 2009 dalam Deria Adi Wijaya, 2018: 18-23).

### 2.1.2 Pariwisata

Kedua, terminologi pariwisata. Sebagai fenomena global, dunia pariwisata melibatkan manusia dari berbagai segmen sehingga hal ini juga menjadikan pariwisata sebagai kebutuhan. Seperti yang telah disebutkan oleh World Tourism Organization UNWTO: *“tourism has experienced continued growth and deepening diversification to become one of the fastest growing economic sectors in the world. Modern tourism is closely linked to development and encompasses a growing number of new destinations. These dynamics have turned tourism into a key driver for socioeconomic progress”*.

Pertanyaan tersebut berarti selain dapat menjadi pemasukan devisa yang besar, pariwisata juga dapat meningkatkan ekonomi masyarakat secara pesat. Sehingga lantas saja pariwisata tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia dan harus dikembangkan sebaik mungkin untuk menarik minat wisatawan. Fenomena ini memiliki kesinambungan dengan Instruksi Presiden No. 9/1969 mengenai tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia meliputi tiga aspek pokok yaitu segi sosial, segi ekonomi, dan segi budaya.

Kata tersebut mempunyai persamaan kata dalam Bahasa Inggris Tourism dan Bahasa Belanda Tourisme. Awal mula tercetusnya pengertian pariwisata dan wisatawan ini pada abad 17 di Perancis, kemudian pada tahun 1972 Maurice menerbitkan buku *“The True Guide For Foreigners Travelling in France to Appreciate its Bealities, Learn the language and take exercise”*. Pada

negara kita Indonesia menurut Musanef kata “pariwisata” dipopulerkan oleh Presiden Soekarno pada (1996, 9).

Istilah “pariwisata” dipopulerkan oleh Presiden Soekarno dalam acara Musyawarah Nasional Tourism II di Tretes Jawa Timur tanggal 12-14 Juni 1958 sebagai padanan dari istilah asing “tourism”, yang bermakna gabungan gejala atau hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah, serta masyarakat selaku tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan serta pengunjung lainnya (Mc.Intosh, 1990). Hal tersebut selaras dengan definisi pariwisata versi Soekadijo (2000) bahwa pariwisata ialah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Artinya, semua kegiatan-kegiatan dapat dikatakan sebagai pariwisata sepanjang kegiatan tersebut berorientasi untuk mendatangkan wisatawan (Soekadijo, 2000: 2).

Pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, dan lain-lain. Definisi yang luas pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Suatu perjalanan akan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan, yaitu bersifat

sementara bersifat sukarela (voluntary) dalam arti tidak terjadi karena paksaan, dan tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah (Spillane, 2011).

Lebih lanjut, Spillane (2011) juga menyebutkan bahwa sesungguhnya pariwisata memang dikreasikan untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk suatu hiburan, atau relaksasi (leisure) dari pekerjaan rutin yang monoton. Lebih lanjut, awalnya arti pariwisata tidak lebih sebagai sebuah usaha manusia untuk melakukan "tetirah". Tetirah ialah suatu kegiatan untuk pergi ke tempat lain dan tinggal sementara waktu dengan tujuan untuk memulihkan kesehatan (KBBI). Hal tersebut merujuk pada definisi pariwisata yang dimaksud untuk beristirahat dan berekreasi (rest and recreation) (Spillane, 2011: 17).

Menurut definisi di atas, maka 'pariwisata' dapat diartikan sebagai suatu kumpulan komponen terstruktur, saling terkait satu dan yang lain, sehingga membentuk sebuah 'struktur luar' yang disebut sebagai pariwisata. Adapun komponen-komponen pariwisata tersebut antara lain; pertama, dalam pariwisata terdapat suatu rangkaian perjalanan; kedua, kegiatan pariwisata tersebut dilakukan dalam kurun waktu sementara; ketiga, pariwisata dilakukan di beberapa dimensi ruang yang berbeda, yaitu ruang asal wisatawan (point of origin); ruang tempat transit wisatawan (transit area); dan tempat-tempat tujuan wisata (tourism destinations).

Keempat, adapun kegiatan pariwisata merupakan buah dari kegiatan perencanaan yang terkandung di dalamnya. Sehingga dapat diartikan pariwisata tersebut dapat terbentuk karena adanya unsur perencanaan yang

mengawalinya. Perencanaan yang terkait pada penetapan point of destinations (tempat-tempat tujuan wisata), perencanaan tentang penetapan waktu pelaksanaannya, perencanaan tentang penetapan alat transportasinya, perencanaan memilih biro perjalanan wisata (BPW), perencanaan untuk menetapkan pilihan fasilitas akomodasi dan lain sebagainya.

Kelima, kegiatan pariwisata tersebut dieksekusi oleh suatu 'subyek' yang menjalankannya yaitu wisatawan. Wisatawan ialah orang yang melakukan perjalanan wisata. selain itu terdapat subyek-subyek lain yang terkait dalam kegiatan pariwisata antara lain 'winisatawan' (host), pelaku bisnis pariwisata dan organisasi-organisasi kepariwisataan. Winisatawan ialah si tuan rumah yang dalam hal ini adalah masyarakat lokal yang menerima kunjungan wisata di daerahnya (Deria Adi Wijaya, 2018: 18-23).

Secara geografis dan administratif, kawasan perkotaan berbeda dengan pedesaan disorot dari berbagai aspek. Sebagai contoh, Surakarta yang bercorak perkotaan, sedangkan Wonogiri masih memperlihatkan karakter pedesaan. Hal ini akhirnya memengaruhi perilaku dan aktivitas masyarakatnya. Guna memperjelas kajian, penelitian tentang profil pariwisata di Kota Surakarta ini juga memakai pendekatan, yaitu Pariwisata Perkotaan.

Fenomena yang terjadi pada tren pariwisata di dunia kontemporer adalah pesatnya pertumbuhan pariwisata perkotaan. Oleh sebab itu pentingnya pengembangan pariwisata perkotaan akan menjadi prospek yang menjanjikan apabila diterapkan di Indonesia. Namun tidak banyak ahli-ahli

pariwisata yang mengungkap definisi, ataupun konsepsi dari pariwisata perkotaan itu sendiri.

Merujuk Klingner (2006: 1) definisi sederhana dari konsep pariwisata perkotaan adalah sekumpulan sumber daya atau kegiatan wisata yang berlokasi di kota dan menawarkannya kepada pengunjung dari tempat lain. "A set of tourist resources or activities located in towns and cities and offered to visitors from elsewhere". Lebih lanjut Inskeep (1991: 163) mencoba memberikan gambaran peranan pariwisata perkotaan sebagai berikut: "a very common form of tourism takes place in large cities where tourism may be important but is not a primary activity of the urban area"

Mengacu pada pemahaman tentang pariwisata perkotaan di atas, secara lebih luas Law (1994) mencoba mendiskripsikan bentuk umum dari pariwisata perkotaan yang memanfaatkan unsur-unsur perkotaan (bukan pertanian) dan segala hal yang terkait dengan aspek serta komponen-komponen perkotaan yang dapat dimanfaatkan sebagai magnet atau daya tarik wisata perkotaan (Law, 1996: 4).

Perlu dimengerti juga aspek dan komponen pariwisata perkotaan. Mengutip penjelasan Utama (2012) bahwa terdapat beberapa aspek yang terkandung dalam konsep pariwisata perkotaan, yaitu:

- 1) aspek daya tarik kota (*attraction*);
- 2) aspek transportasi (*accessibilities*);

- 3) aspek sarana pokok, penunjang dan aspek pelengkap pariwisata perkotaan (amenities); dan
- 4) aspek kelembagaan (ancillary) (Utama, 2012: 6).

Aspek yang pertama dapat dipahami sebagai obyek dan daya tarik dalam suatu kota seperti bentang alam atau kebudayaan masyarakat setempat yang tentunya menjadi 'magnet' pariwisata perkotaan terdiri atas:

- 1) Bangunan- bangunan arsitektur bersejarah (keraton, balai kota, gedung perkantoran, rumah tinggal, dll);
- 2) Museum;
- 3) Monumen bersejarah;
- 4) Kawasan jalan bersejarah;
- 5) Kawasan hiburan kota;
- 6) Alun-alun dan taman kota;
- 7) Kuliner khas kota;
- 8) Pasar tradisional dan modern;
- 9) Kampus dan universitas;
- 10) Distrik-distrik budaya;
- 11) Komunitas masyarakat etnis;
- 12) Tempat-tempat ziarah; dan
- 13) Napak tilas (trail) peristiwa bersejarah dan karya sastra.

Kedua, aspek transportasi atau sering disebut 'aksesibilitas', yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan sarana dan prasarana transportasi

yang dapat diakses oleh wisatawan untuk mencapai destinasi wisata, baik dalam skala internasional, regional maupun dalam lingkup wilayah perkotaan.

Aspek aksesibilitas meliputi sarana dan prasarana transportasi, pos dan telekomunikasi sebagai penunjang kelancaran pariwisata, seperti misalnya:

- a) Sarana transportasi darat, laut, sungai, dan udara (kereta api, trem, kereta wisata, bus antar kota, bus kota, bus pariwisata angkutan umum perkotaan, taksi umum, kendaraan pribadi, pesawat terbang, kapal laut, ferry, dan lain-lain);
- b) Prasarana transportasi darat, laut, sungai dan udara, yang meliputi ruas-ruas jalan, stasiun, jalur rel kereta api, terminal bus, bandara, dermaga, dan lain-lain;
- c) Fasilitas- fasilitas pos dan telekomunikasi.

Ketiga, aspek amenities yang terdiri dari sarana pokok, penunjang dan sarana pelengkap pariwisata perkotaan. Aspek tersebut bertujuan untuk membuat wisatawan nyaman dan betah tinggal lebih lama di suatu kota destinasi wisata. Aspek 'amenitas' dapat dikatakan sebagai fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan selama tinggal di suatu daerah tujuan wisata. Aspek tersebut terdiri dari tiga komponen, yaitu:

- a) Sarana pokok pariwisata;
- b) Sarana pelengkap pariwisata; dan

c) Sarana penunjang pariwisata.

Sarana pokok pariwisata yang dimaksud antara lain fasilitas akomodasi, biro perjalanan wisata, jasa pemandu wisata, fasilitas makan dan minum (restoran, cafe, warung makan, dan lain-lain). Sedangkan yang dimaksud dengan sarana pelengkap pariwisata ialah, taman rekreasi dan pusat-pusat hiburan kota (gedung bioskop, societeit, taman rekreasi, panggung kesenian dan hiburan rakyat, tempat hiburan malam) dan fasilitas publik perkotaan (sekolah, universitas, rumah sakit, gedung olahraga, alun-alun, bank dan sebagainya). Selanjutnya komponen penunjang pariwisata terdiri atas pusat-pusat perbelanjaan seperti mall, pasar tradisional, toko retail, toko cinderamata serta lainnya (Utama, 2012: 6)

Keempat, yaitu aspek kelembagaan (ancillary) yang berupa atribut sumberdaya manusia, sistem serta lembaga-lembaga kepariwisataan yang bertujuan untuk menyelenggarakan, mendukung serta mengawasi operasional kegiatan pariwisata di suatu kota, sehingga menjadi layak dikunjungi oleh wisatawan. Adapun lembaga-lembaga tersebut antara lain, lembaga pengelola obyek dan atraksi wisata perkotaan seperti departemen kebudayaan dan pariwisata, dinas pariwisata, pengelola obyek dan atraksi wisata (pengelola gedung bioskop, taman rekreasi keluarga, tempat-tempat hiburan malam, karaoke, pusat-pusat perbelanjaan, pusat kuliner, cafe dan restoran, dan lainnya).

Di samping itu, ada juga organisasi dan himpunan yang berkaitan dengan aneka profesi di bidang kepariwisataan. Ambillah misal, Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Association of Indonesian Tour and Travel Agency (ASITA), Perhimpunan Usaha Taman Rekreasi Indonesia (PUTRI), Gabungan Pengusaha Wisata Bahari dan Tirta (Gahawistri), Asosiasi Pengusaha Pameran Indonesia (Asperapi), Indonesian Congress and Convention Association (INCCA) dan lainnya. Selain itu, demi terciptanya rasa aman serta kenyamanan wisatawan dalam berwisata dibutuhkan dukungan lembaga-lembaga keamanan seperti misalnya lembaga kepolisian negara, polisi pariwisata, polisi pamong praja, linmas, dll. (Utama, 2012: 9-10 dalam Deria Adi Wijaya, 2018: 18-23).

Pariwisata adalah sektor jasa yang akan menjadi kegiatan ekonomi penting dunia abad 21. Bagi Indonesia, pariwisata diharapkan dapat memulihkan pertumbuhan ekonomi secara cepat dan merata, khususnya perekonomian masyarakat lokal. Dalam sejarah nusantara, diketahui bahwa kebiasaan mengadakan perjalanan telah dijumpai sejak lama. Dalam buku Nagara Kartagama, pada abad XIV, Raja Hayam Wuruk dilaporkan telah mengelilingi Majapahit dengan diikuti oleh para pejabat negara. Ia menjelajahi daerah Jawa Timur dengan mengendarai pedati. Pada awal abad XX, Susuhunan Pakubuwono X dikenal sebagai raja yang sangat suka mengadakan perjalanan. Hampir setiap tahun beliau mengadakan

perjalanan ke Jawa Tengah sambil memberikan hadiah berupa uang. Dalam tradisi kerajaan Mataram, raja atau penguasa daerah harus melakukan unjuk kesetiaan pada keraton dua kali setiap tahunnya, sambil membawa para pejabat, pekerja yang mengangkut logistik dan barang persembahan untuk raja (Suwena dan Widyatmaja, 2017).

Istilah “pariwisata” dipopulerkan oleh Presiden Soekarno dalam acara Musyawarah Nasional Tourism II di Tretes Jawa Timur tanggal 12-14 Juni 1958 sebagai padanan dari istilah asing Tourism. Pariwisata ialah segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Artinya, semua kegiatan-kegiatan dapat dikatakan sebagai pariwisata sepanjang kegiatan tersebut berorientasi untuk mendatangkan wisatawan (Soekadijo, 2000: 2). Tourism sendiri sebagai padanan istilah pariwisata bermakna gabungan gejala atau hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah, serta masyarakat selaku tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan serta pengunjung lainnya (Mc.Intosh, 1995).

Lebih lanjut, Spillane (2011) juga menyebutkan bahwa sesungguhnya pariwisata memang dikreasikan untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk suatu hiburan, atau relaksasi (leisure) dari pekerjaan rutin yang monoton. Lebih lanjut, awalnya arti pariwisata tidak lebih sebagai sebuah usaha manusia untuk melakukan “tetirah”. Tetirah ialah suatu kegiatan untuk pergi ke tempat lain dan tinggal sementara waktu dengan tujuan

untuk memulihkan kesehatan (KBBI). Hal tersebut merujuk pada definisi pariwisata yang dimaksud untuk beristirahat dan berekreasi (rest and recreation) (Spillane, 2011: 17).

Menurut definisi di atas, maka 'pariwisata' dapat dartikan sebagai suatu kumpulan komponen terstruktur, saling terkait satu dan yang lain, sehingga membentuk sebuah 'struktur luar' yang disebut sebagai pariwisata. Adapun komponen-komponen pariwisata tersebut antara lain; pertama, dalam pariwisata terdapat suatu rangkaian perjalanan; kedua, kegiatan pariwisata tersebut dilakukan dalam kurun waktu sementara; ketiga, pariwisata dilakukan di beberapa dimensi ruang yang berbeda, yaitu ruang asal wisatawan (point of origin); ruang tempat transit wisatawan (transit area); dan tempat-tempat tujuan wisata (tourism destinations).

Pariwisata juga tidak bisa dilepaskan dari istilah plesir pada masyarakat Jawa. Dalam bahasa Jawa, 'plesir' merupakan kata serapan dari Bahasa Belanda 'plezier' dan juga berasal dari bahasa Prancis kuno 'plaisir' yang artinya 'kesenangan; kenikmatan; kegembiraan; kepuasan' (Oxford Dictionary, 1995). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata 'plesir' memuat definisi 'sebagai kegiatan untuk bersenang-senang; mencari kesenangan; berjalan-jalan untuk bersenang-senang; mencari kesenangan; bertamasya; berlibur'. Secara garis besar, makna plesir (leisure) adalah suatu kebebasan untuk mengembangkan diri yang terekspresikan dalam suatu kegiatan (Deria Adi Wijaya, 2018: 18-23).

Berkembangnya budaya 'plesiran' dapat dikatakan sebagai buah akibat dari adanya industrialisasi di negara-negara barat. Gagasan dan ide-ide tersebut muncul dari beberapa cendekiawan barat yang mengkaji tentang makna definsi serta konsep-konsep yang melekat pada fenomena plesiran. Pertama, Dumazedier (1960) yang juga dikenal sebagai 'father of leisure studies' memandang bahwa kegiatan plesir tersebut merupakan fenomena sosial yang unik, yang lahir dari tuntutan para kaum pekerja untuk 'memanusiakan' manusia. Munculnya budaya plesiran pada kaum pekerja di negara-negara industri banyak menuntut suatu penyediaan ide-ide dan gagasan untuk memunculkan berbagai macam jenis hiburan yang dapat dilakukan pada waktu luang (Dumazedier, 1960: 526)

Kelly mendefinisikan kata 'plesir' sebagai kegiatan yang dipilih dalam suatu kebebasan, yang relatif berkualitas dan memberikan kepuasan (Kelly, 1982). Sedangkan Murphy memaknai plesir dari berbagai 'sudut pandang' (point of view), mulai dari bentuknya, jenis waktunya, sebagai instrumen sosial untuk mencapai tujuan tertentu, untuk menunjukkan kelas sosial, sebagai suatu 'state of freedom', sebagai suatu ekspresi diri, pemenuhan kepuasan yang tak kalah penting dari bekerja itu sendiri (Murphy, 1974). Lebih lanjut, Jonas dan Bartlett menyebutkan bahwa kegiatan plesir merujuk pada aktivitas sangat prestisius dan identik dengan kegiatan yang hanya dilakukan oleh orang-orang kaya dan berkedudukan kuat dalam suatu sistem sosial dalam masyarakat, berdasarkan jenis sosial,

tingkat pendidikan, dan bercirikan agama tertentu (Jones & Bartlett, 1998:50-51). Secara harafiah plesir sendiri identik dengan kegiatan pariwisata, dimana motif yang mendasari seseorang/wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata di waktu luang, yaitu untuk mendapatkan rasa kesenangan, kepuasan dan kebahagiaan (Pitana dan Diarta, 2009)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan. (Karyono, 1997:15). Pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara lain. Kegiatan tersebut menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan atau masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.

Pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, dan lain-lain. Definisi yang luas pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau

keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Suatu perjalanan akan dianggap sebagai perjalanan wisata bila memenuhi tiga persyaratan yang diperlukan, yaitu bersifat sementara bersifat sukarela (*voluntary*) dalam arti tidak terjadi karena paksaan, dan tidak bekerja yang sifatnya menghasilkan upah (Spillane, 2011).

Di Indonesia pengembangan industri pariwisata masuk dalam skala prioritas khususnya bagi daerah-daerah yang miskin akan sumber daya alam. Sesuai dengan pernyataan International Union of Official Travel Organization (IUOTO) dalam konferensi di Roma tahun 1963 bahwa pariwisata adalah penting bukan saja sebagai sumber devisa, tapi juga sebagai faktor yang menentukan lokasi industri dan dalam perkembangan daerah-daerah yang miskin dalam sumber-sumber alam. Ini menunjukkan bahwa pariwisata sebagai industri jasa mempunyai andil besar dalam mendistribusikan pembangunan ke daerah-daerah yang belum berkembang (Suwena dan Widyatmaja, 2017).

### **2.1.3 Profil Pariwisata Perkotaan**

Profil menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah 1. pandangan dari samping (tentang wajah orang); 2 lukisan (gambar) orang dari samping; sketsa biografis; 3 penampang (tanah, gunung, dan sebagainya); 4 grafik atau ikhtisar yang memberikan fakta tentang hal-hal khusus. Profil adalah sebuah gambaran singkat tentang seseorang, organisasi, benda lembaga

ataupun wilayah. Sesuatu dapat dikatakan sebagai profil indikatornya yaitu a) bentuk: dapat berupa tokoh, suatu instansi, dan tulisan; b) isi atau content: yaitu mencantumkan hal-hal yang berkaitan dan penting seperti nama, tempat tanggal lahir, riwayat pendidikan, jumlah ruangan, data tenaga kependidikan, kepemilikan sawah, fasilitas penunjang, dan lain-lain; c) keterangan: yaitu dapat berupa foto-foto, lampiran (Doni Paisal, 2015).

Guna memperjelas kajian tentang profil pariwisata di Kota Surakarta ini juga memakai pendekatan Pariwisata Perkotaan. Fenomena yang terjadi pada tren pariwisata di dunia kontemporer adalah pesatnya pertumbuhan pariwisata perkotaan. Oleh sebab itu pentingnya pengembangan pariwisata perkotaan akan menjadi prospek yang menjanjikan apabila diterapkan di Indonesia. Pariwisata perkotaan (*urban tourism*) merupakan suatu bentuk pengembangan pariwisata dengan lokasi wisata berada di dalam kota, area atau spot-spot di dalam kota, elemen-elemen kota bahkan kota itu sendiri menjadi suatu komoditas utama pariwisata (Prijadi dkk, 2014). Lebih lanjut (Priono, 2012) mengemukakan Pariwisata perkotaan pada dasarnya adalah produk wisata, dimana di dalamnya terdapat konsentrasi berbagai bentuk atraksi, amenitas dan kemudahan aksesibilitas.

Definisi sederhana dari konsep pariwisata perkotaan dikemukakan oleh Klingner (2006: 1) yaitu sekumpulan sumber daya atau kegiatan wisata yang berlokasi di kota dan menawarkannya kepada pengunjung dari tempat lain. "A set of tourist resources or activities located in towns and cities and offered

to visitors from elsewhere". Lebih lanjut Inskeep (1991: 163) mencoba memberikan gambaran peranan pariwisata perkotaan sebagai berikut: "*a very common form of tourism takes place in large cities where tourism may be important but is not a primary activity of the urban area*".

Tipe wisata perkotaan dapat diidentifikasi dengan beberapa ciri sebagai berikut:

- a. Ibukota negara dan atau kota pusat budaya
- b. Pusat kota metropolitan atau kota yang penuh dengan sejarah
- c. Bagian tertua dari suatu kota
- d. Area tepi laut yang sudah di lengkapi dengan fasilitas perkotaan
- e. Kota perindustrian
- f. Pusat hiburan dan taman bermain keluarga
- g. Pusat pelayanan wisatawan.

Jansen-Verbeker dalam Burton (1995) membuat perbedaan pada beberapa fungsi dalam suatu kota sebagai produk wisata. Yaitu sebagai berikut:

1. Elemen Primer , yang terdiri dari:
  - a. *The leisure setting* : dua set karakteristik (physical dan socio-cultural) yang merupakan kesenangan gratis yang didapatkan oleh wisatawan dalam berwisata : i). Fisik : Merancang lingkungan yang nyaman pada pusat kota dengan arsitektur yang atraktif, pengaturan jalan, taman dan area hijau, kawasan industri, kanal,

- sungai dan pelabuhan, perkampungan beberapa etnis, serta pusat-pusat perbelanjaan. ii). Sosial budaya : yang mencakup bahasa yang digunakan, kebiasaan lokal, gaya hidup, kehidupan secara umum didalam kota.
- b. Tempat beraktivitas : Terdiri atas bangunan atau fasilitas yang memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk beraktivitas baik didalamruangan (indoor activity) maupun diluar ruangan. Tempat aktivitas ini mencakup theater, museum, gallery, cinema, casino, restoran/kafe, theme park dan lain-lain.
2. Elemen pendukung : tidak begitu berpengaruh tapi menjadi komponen yang sangat penting ketika wisatawan sedang melakukan perjalanan. Ini mencakup ketersediaan bahan makanan (mulai dari restoran mewah hingga jajanan kaki lima), kebutuhan perbelanjaan (mulai dari mall mewah hingga pasar tradisional).
3. Elemen pelengkap : merupakan infrastruktur yang mencakup aksesibilitas, fasilitas parkir, pusat informasi wisatawan dan lain-lain.

Salah satu motivasi wisatawan melakukan perjalanan adalah ke daya tarik wisata budaya. Badan Pariwisata Dunia atau *United Nations–World Tourism Organization* atau (UNWTO) memperkirakan sekitar 40% dari wisatawan global melakukan perjalanan wisata dengan maksud untuk lebih mengenal keberagaman budaya. Pariwisata berbasis budaya lebih memfokuskan pada pengalaman baru dari tempat dan kegiatan yang

merepresentasikan cerita-cerita masa lalu dan kekinian. Berbagai festival, ritual, museum, teater dan fasilitas budaya, serta situs-situs bersejarah merupakan elemen wisata warisan budaya (*cultural heritage tourism*) yang menjadi tujuan yang dicari oleh wisatawan global saat ini (Kementerian Pariwisata, 2019).

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025 menyebutkan bahwa Pembangunan Daya Tarik Wisata meliputi:

- Daya Tarik Wisata alam;
- Daya Tarik Wisata budaya; dan
- Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia.

Ketiga jenis daya tarik wisata tersebut dapat dikembangkan lebih lanjut dalam berbagai sub jenis atau kategori kegiatan wisata, antara lain:

- A. Wisata petualangan (*adventure tourism*);
- B. Wisata bahari (*marine tourism*);
- C. Wisata agro (*farm tourism*);
- D. Wisata kreatif (*creative tourism*);
- E. Wisata kapal pesiar (*cruise tourism*);
- F. Wisata kuliner (*culinary tourism*);
- G. Wisata budaya (*cultural tourism*);
- H. Wisata sejarah (*heritage tourism*);
- I. Wisata memorial (*dark tourism*), seperti Ground Zero World Trade Centre, Ground Zero Legian Bali, Merapi pasca letusan;

- J. Wisata ekologi (*ecotourism/wild tourism*);
- K. Wisata pendidikan (*educational tourism*);
- L. Wisata ekstrim menantang bahaya (*extreme tourism*), seperti bercanda dengan hiu, bercanda dengan buaya;
- M. Wisata massal (*mass tourism*);
- N. Wisata pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran (*meeting, incentive, convention, and exhibition tourism*);
- O. Wisata kesehatan (*medical tourism/wellness tourism*);
- P. Wisata alam (*nature-based tourism*);
- Q. Wisata religi (*religious tourism/pilgrimage tourism*);
- R. Wisata budaya kekinian (*pop culture tourism*);
- S. Wisata desa (*rural tourism*);
- T. Wisata luar angkasa (*space tourism*);
- U. Wisata olahraga (*sport tourism*);
- V. Wisata kota (*urban tourism*); dan
- W. Wisata relawan (*volunteer tourism*)

Secara geografis dan administratif, kawasan perkotaan berbeda dengan pedesaan disorot dari berbagai aspek. Sebagai contoh, Surakarta yang bercorak perkotaan, sedangkan Wonogiri masih memperlihatkan karakter pedesaan. Hal ini akhirnya memengaruhi perilaku dan aktivitas masyarakatnya. Aspek yang pertama dapat dipahami sebagai obyek dan daya tarik dalam suatu kota

seperti bentang alam atau kebudayaan masyarakat setempat yang tentunya menjadi 'magnet' pariwisata perkotaan terdiri atas:

1. Bangunan- bangunan arsitektur bersejarah (keraton, balai kota, gedung perkantoran, rumah tinggal, dll);
2. Museum;
3. Monumen bersejarah;
4. Kawasan jalan bersejarah;
5. Kawasan hiburan kota;
6. Alun-alun dan taman kota;
7. Kuliner khas kota;
8. Pasar tradisional dan modern;
9. Kampus dan universitas;
10. Distrik-distrik budaya;
11. Komunitas masyarakat etnis;
12. Tempat-tempat ziarah; dan
13. Napak tilas (trail) peristiwa bersejarah dan karya sastra.

Kedua, aspek transportasi atau sering disebut 'aksesibilitas', yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan sarana dan prasarana transportasi yang dapat diakses oleh wisatawan untuk mencapai destinasi wisata, baik dalam skala internasional, regional maupun dalam lingkup wilayah perkotaan.

Aspek aksesibilitas meliputi sarana dan prasarana transportasi, pos dan telekomunikasi sebagai penunjang kelancaran pariwisata, seperti misalnya:

a) Sarana transportasi darat, laut, sungai, dan udara (kereta api, trem, kereta wisata, bus antar kota, bus kota, bus pariwisata angkutan umum perkotaan, taksi umum, kendaraan pribadi, pesawat terbang, kapal laut, ferry, dan lain-lain); b) Prasarana transportasi darat, laut, sungai dan udara, yang meliputi ruas-ruas jalan, stasiun, jalur rel kereta api, terminal bus, bandara, dermaga, dan lain-lain; c) Fasilitas-fasilitas pos dan telekomunikasi.

Ketiga, aspek amenities yang terdiri dari sarana pokok, penunjang dan sarana pelengkap pariwisata perkotaan. Aspek tersebut bertujuan untuk membuat wisatawan nyaman dan betah tinggal lebih lama di suatu kota destinasi wisata. Aspek 'amenitas' dapat dikatakan sebagai fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan selama tinggal di suatu daerah tujuan wisata. Aspek tersebut terdiri dari tiga komponen, yaitu: a) sarana pokok pariwisata; b) sarana pelengkap pariwisata; dan c) sarana penunjang pariwisata. Yang termasuk sarana pokok pariwisata antara lain fasilitas akomodasi, biro perjalanan wisata, jasa pemandu wisata, fasilitas makan dan minum (restoran, cafe, warung makan, dan lain-lain). Sedangkan yang dimaksud dengan sarana pelengkap pariwisata ialah, taman rekreasi dan pusat-pusat hiburan kota (gedung bioskop, societieit, taman rekreasi, panggung kesenian dan hiburan rakyat, tempat hiburan malam) dan fasilitas publik perkotaan (sekolah, universitas, rumah sakit, gedung olahraga, alun-alun, bank dan sebagainya). Selanjutnya komponen penunjang pariwisata terdiri atas pusat-pusat

perbelanjaan seperti mall, pasar tradisional, toko retail, toko cinderamata serta lainnya (Utama, 2012: 6)

Keempat, yaitu aspek kelembagaan (ancillary) yang berupa atribut sumberdaya manusia, sistem serta lembaga-lembaga kepariwisataan yang bertujuan untuk menyelenggarakan, mendukung serta mengawasi operasional kegiatan pariwisata di suatu kota, sehingga menjadi layak dikunjungi oleh wisatawan. Adapun lembaga-lembaga tersebut antara lain, lembaga pengelola obyek dan atraksi wisata perkotaan seperti departemen kebudayaan dan pariwisata, dinas pariwisata, pengelola obyek dan atraksi wisata (pengelola gedung bioskop, taman rekreasi keluarga, tempat-tempat hiburan malam, karaoke, pusat-pusat perbelanjaan, pusat kuliner, cafe dan restoran, dan lainnya).

Di samping itu, ada juga organisasi dan himpunan yang berkaitan dengan aneka profesi di bidang kepariwisataan. Ambillah misal, Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Association of Indonesian Tour and Travel Agency (ASITA), Perhimpunan Usaha Taman Rekreasi Indonesia (PUTRI), Gabungan Pengusaha Wisata Bahari dan Tirta (Gahawistri), Asosiasi Pengusaha Pameran Indonesia (Asperapi), Indonesian Congress and Convention Association (INCCA) dan lainnya. Selain itu, demi terciptanya rasa aman serta kenyamanan wisatawan dalam berwisata dibutuhkan dukungan lembaga-lembaga keamanan seperti misalnya lembaga kepolisian negara, polisi

pariwisata, polisi pamong praja, linmas, dll. (Utama, 2012: 9-10 dalam Deria Adi Wijaya, 2018: 18-23).

## 2.2 Tinjauan Pustaka

Pembahasan sejarah pariwisata di Indonesia masih amat minim disinggung dan didalami para peneliti, terlebih lagi mengaitkannya dengan aspek lokalitas. Malah dalam lingkup Asia Tenggara sendiri, perhatian terhadap aktivitas pariwisata selama ini melulu tertuju pada obyek wisata alam, candi, kesenian, dan religi. Plesiran dengan sasaran berupa kuliner sebagaimana menjadi kekuatan Surakarta, misalnya, belum sepenuhnya diperhatikan secara khusus, baik dari kacamata sejarah, sosiologi, ekonomi, dan antropologi. Penting kiranya tidak terjebak pada pariwisata yang mainstream.

Buku Achmad Sunjayadi, *Vereeniging Toeristen Verkeer Batavia (1908-1942)* terbit tahun 2007 mengulas perhimpunan turisme yang mengawali kiprahnya di Jawa, lalu meluas ke Sumatera, Kalimantan, Sulawesi hingga Maluku. Tujuan VTV adalah mengembangkan turisme di Hindia Belanda yang dalam prakteknya diawali dengan membentuk suatu biro/ kantor di Weltevreden. Kantor ini bertugas mempromosikan, membagi informasi, dan bikin reklame turisme untuk disebar di dalam maupun luar negeri. Studi Achmad Sunjayadi menginspirasi dalam riset ini tatkala mengulik model pengembangan pariwisata di Solo tempo dulu.

Garapan Oka A. Yoeti berjudul *Pengantar Ilmu Pariwisata (1990)*, dan James J. Spillane bertitel *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya (1991)* menggambarkan singkat situasi pariwisata di Jawa awal abad XX. Dijelaskan,

suburnya perniagaan antara benua Eropa dengan negara Asia membikin riuh lalu-lintas orang yang bepergian ke kawasan tersebut. Realitas ini secara tak langsung menyebabkan banyaknya orang yang menempuh perjalanan dengan aneka motif sesuai keperluan individu, tanpa kecuali turisme. Untuk keperluan akomodasi mereka di beberapa kota besar di Jawa telah tersedia hotel, kendati jumlahnya terbatas. Kedua kajian tersebut berguna dalam penelitian ini guna melacak aneka hotel di Solo, termasuk ragam makanan yang dihidangkan bagi para tamu kala itu.

Deria Adi Wijaya (2018) memaparkan bahwa era reformasi bentuk pariwisata perkotaan Kota Surakarta bertransformasi menjadi “community-festival tourist city”. Faktor-faktor yang mempengaruhi transformasi Surakarta sebagai “kutha plesiran” semasa kolonial dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu adanya perubahan gaya hidup (life-style). Selanjutnya, faktor-faktor yang mempengaruhi masa pasca kemerdekaan ialah identitas diri (identification), perkembangan mode (trend), faktor iptek dan faktor ekonomi. Selanjutnya, adanya perubahan kebijakan politik, sumber daya manusia, dan rasa ketidak-puasan masyarakat terhadap pola kehidupan pada saat itu, menjadi pemicu terjadinya transformasi pada nilai-nilai aktivitas plesiran dan bentuk pariwisata perkotaan Surakarta di era reformasi.

Kajian tentang Surakarta sedari lama mencuri perhatian ilmuwan, terutama kehidupan keraton. Boleh dibilang disertasi George D. Larson dan Darsiti Suratman saling terkait karena membahas kehidupan sosial, politik, dan budaya yang terjadi pada periode kepemimpinan Paku Buwana X. Imbas intervensi pemerintah kolonial Belanda, yaitu kekuasaan politik raja menyempit, sehingga

perhatiannya dicurahkan pada bidang kebudayaan dan terkadang melakukan lawatan. Paku Buwana X rajin menggelar upacara dan pesta demi menunjukkan kebesarannya. Ulasan historis kedua sejarawan ini membukakan pintu untuk menjawab pertanyaan sejauh mana keterlibatan institusi keraton dalam mendukung pariwisata di Solo tempoe doeloe dengan menampilkan sajian budaya dan kegiatan lainnya di istana.

Karangan Julianto Ibrahim mengulas secara kronologis gejolak politik yang terjadi begitu dasyat menimpa istana Kasunanan beserta kerabat raja pada periode awal kemerdekaan. Gelombang penentangan yang lahir dari kelompok gerakan anti swapraja menggelinding bebas atau sulit dibendung oleh pihak yang tetap bersikukuh mempertahankan kekuasaan keraton meski telah ada kekuasaan negara. Namun saking masifnya gerakan politik ini, berimbas pada ambruknya hegemoni kerajaan Kasunanan. Sayangnya Julianto tidak memberi banyak ruang analisis mengenai nasib serta pandangan masyarakat terkait kasus politik ini. Penjelasan mengenai kehancuran kekuasaan monarki Jawa di Surakarta seperti yang dikemukakan buku ini sangatlah menginspirasi peneliti untuk mengetahui sikap dan pandangan masyarakat luas terhadap keraton pascakolonial.



### **BAB III**

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang dipakai dalam riset ini adalah metode kualitatif deskriptif. Kualitatif merupakan metode penelitian yang dipakai untuk meriset suatu objek alamiah (lawan dari pengertian eksperimen). Objek dalam riset kualitatif ialah objek yang alamiah, apa adanya, dalam situasi normal yang tidak dimanipulasi baik keadaan ataupun kondisinya, sehingga metode ini disebut deskriptif, yakni metode yang bertujuan untuk mendeskripsikan masalah sebagaimana adanya.

Metode deskriptif merupakan metode dalam riset status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, atau pun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai sifat-sifat, fakta-fakta serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Whitney (1960:55) mengemukakan, metode deskriptif merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian ini mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-

kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena.

Metode deskriptif juga ingin mempelajari norma-norma atau standar-standar, sehingga penelitian ini di sebut juga survei normatif. Dalam metode deskriptif dapat diteliti masalah normatif bersama-sama dengan masalah status dan sekaligus membuat perbandingan-perbandingan antarfenomena. Studi demikian dinamakan secara umum sebagai studi atau penelitian deskriptif. Perspektif yang dijangkau dalam penelitian deskriptif adalah waktu sekarang, atau sekurang-kurangnya jangka waktu yang masih terjangkau dalam ingatan responden.

Metode yang dipilih dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menggambarkan dinamika pariwisata di Surakarta. Penjelasan mengenai metode deskriptif menurut Arifin dan Zainal (2011: 54), yaitu penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menjawab persoalan-persoalan suatu fenomena atau peristiwa yang terjadi saat ini, baik tentang fenomena dalam variabel tunggal maupun korelasi dan atau perbandingan berbagai variabel, artinya variabel yang diteliti bisa tunggal, suatu variabel bisa juga lebih dari satu variabel. Penelitian deskriptif berusaha mendeskripsikan suatu peristiwa atau kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.

Alasan penyusun memilih metode ini adalah karena metode ini berguna untuk mendapatkan data yang nyata terjadi di lapangan pada saat melakukan penelitian sehingga setelah mendapatkan data kemudian dianalisis. Selain itu juga penelitian deskriptif digunakan dalam penelitian ini karena dipandang sangat tepat sehingga peneliti dapat mendeskripsikan berbagai sumber data dan informasi baik itu dari berbagai pendapat ahli dan berdasarkan observasi hasil wawancara yang dapat dijadikan sebagai suatu data yang dapat membantu dalam penelitian ini. Dalam penelitian deskriptif juga tidak hanya terbatas pada pengumpulan data atau informasi dari berbagai sumber saja akan tetapi data yang didapatkan juga dapat dianalisis dengan demikian pembahasan masalah dan analisis data akan menjadi mudah untuk dipahami.

Kajian Profil Pariwisata Kota Surakarta ini menggunakan pendekatan Deskriptif Kualitatif karena data yang dicari adalah data deskriptif berupa ucapan, tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang (subjek) dalam kondisi yang asli atau alamiah (natural setting). Peneliti merupakan instrumen utama yang akan langsung berhubungan dengan subjek penelitian, dan menggunakan latar alamiah sebagai perspektif. Objek dalam penelitian kualitatif ialah objek yang alamiah, apa adanya, dalam situasi normal yang tidak dimanipulasi baik keadaan ataupun kondisinya. Sementara metode deskriptif merupakan metode dalam penelitian status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, atau pun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah

untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai sifat-sifat, fakta-fakta serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Alasan penyusun memilih metode ini adalah karena metode ini berguna untuk mendapatkan data yang nyata terjadi di lapangan pada saat melakukan penelitian sehingga setelah mendapatkan data kemudian dianalisis. Selain itu juga penelitian deskriptif digunakan dalam penelitian ini karena dipandang sangat tepat sehingga peneliti dapat mendeskripsikan berbagai sumber data dan informasi baik itu dari berbagai pendapat ahli dan berdasarkan observasi hasil wawancara yang dapat dijadikan sebagai suatu data yang dapat membantu dalam penelitian ini. Dalam penelitian deskriptif juga tidak hanya terbatas pada pengumpulan data atau informasi dari berbagai sumber saja akan tetapi data yang didapatkan juga dapat dianalisis dengan demikian pembahasan masalah dan analisis data akan menjadi mudah untuk dipahami.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang ingin mencoba menggambarkan apa yang ada dalam realitas aktivitas kehidupan masyarakat Surakarta. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan etnografi. Peneliti disini berusaha mendeskripsikan, menganalisis, dan menafsirkan melalui data yang diperoleh dalam penelitian. Apa yang di lihat dan di dengar menjadi dasar bagi diperolehnya data yang kemudian akan diinterpretasi dan ditafsirkan untuk memperoleh makna sesungguhnya dari aktivitas masyarakat Surakarta.

Data diperoleh dari tiga cara yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk membuktikan bahwa yang terjadi adalah fakta yang dapat dipertanggungjawabkan. Data yang sudah dipilah berdasarkan rumusan masalah kemudian diklasifikasikan menjadi data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga data nantinya dapat dibandingkan. Setelah itu data yang sudah melalui dua tahap klasifikasi kemudian ditarik kesimpulan sementara. Langkah terakhir adalah melakukan penafsiran dimana peneliti menarik kesimpulan dari data dan informasi yang telah dianalisis sebelumnya dipahami dan ditafsirkan serta dipadukan dengan teori yang relevan. Terakhir adalah penyajian data. Data disajikan dalam bentuk narasi. Narasi yang disajikan merupakan hasil penarikan kesimpulan akhir yang tersusun dari kalimat-kalimat yang sudah melalui proses analisis data. Narasi ini juga didukung dengan tabel dan gambar yang berfungsi memperjelas. Sehingga diperoleh makna yang sebenarnya ingin disampaikan oleh peneliti kepada pembaca.

### **3.1 Subjek dan Objek Penelitian**

Irwan Soehartono (2008:35) menjelaskan, metode penelitian deskriptif bertujuan memberikan gambaran tentang suatu masyarakat, suatu kelompok orang tertentu dan juga gambaran tentang hubungan satu gejala atau lebih yang sedang terjadi. Dengan demikian metode penelitian yang digunakan peneliti, yakni metode deskriptif. Dengan menggunakan metode ini, peneliti diharapkan bisa

memaparkan atau memberikan gambaran suatu satuan analisis secara utuh sebagai suatu kesatuan yang terintegrasi (Cik Hasan Bisri, 1999:57).

Subjek yang akan diteliti, yaitu profil pariwisata yang di Surakarta berikut segenap obyek menarik yang ditawarkan dan makna di dalamnya. Irwan Soehartono (2008:35) menjelaskan, metode penelitian deskriptif bertujuan memberikan gambaran tentang suatu masyarakat, suatu kelompok orang tertentu dan juga gambaran tentang hubungan satu gejala atau lebih yang sedang terjadi. Dengan demikian metode penelitian yang digunakan peneliti, yakni metode deskriptif. Dengan menggunakan metode ini, peneliti diharapkan bisa memaparkan atau memberikan gambaran suatu satuan analisis secara utuh sebagai suatu kesatuan yang terintegrasi (Cik Hasan Bisri, 1999:57). Subjek yang akan diteliti, yaitu sebagai benda, hal, atau orang yang memberikan data atau informasi tentang profil pariwisata di Surakarta. Sementara objek penelitiannya adalah masalah yang diteliti yaitu segenap objek menarik yang ditawarkan dan makna di dalamnya.

### **3.2 Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan di Surakarta atau Solo. Kota bekas kerajaan ini sedari lama memiliki sejumlah obyek menarik yang memikat wisatawan domestik maupun asing. Hal ini tidak lepas dari eksistensi Keraton Kasunanan dan Pura Mangkunegaran di masa lalu yang menjadi sumber inspirasi di bidang kebudayaan. Juga tidak menepikan keberadaan komunitas sosial yang beragam.

Mereka yang sedari lama menghuni di kota ini turut berkontribusi memperkaya khasanah kebudayaan lokal dan aktivitas yang menarik untuk diamati.

### **3.3 Partisipan Penelitian**

Partisipan penelitian merupakan subjek yang diteliti sebagai pemberi informasi. Kedudukan partisipan penelitian sangat penting dalam penelitian sebagai subjek yang diamati. Dalam penelitian ini, yang menjadi partisipan penelitian adalah: pelaku wisata, pengelola obyek wisata, pemangku kepentingan, wisatawan, masyarakat setempat, hingga akademisi yang mumpuni di bidang pariwisata Surakarta.

### **3.4 Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

#### **a. Jenis Data**

Memilih dan menentukan jenis penelitian yang akan digunakan peneliti sebelum meneliti kelapangan adalah hal yang paling penting, sebab jenis penelitian merupakan suatu cara yang menjadi dasar utama ketika peneliti melakukan riset. Karena pemilihan dan penentuan jenis penelitian sangat berpengaruh besar terhadap keseluruhan perjalanan penelitian. Jenis data yang dipakai ialah jenis data penelitian kualitatif, karena data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini berupa sebaran-sebaran informasi yang tidak perlu untuk dikuantifikasi secara angka dan menggunakan tabel kalkulasi. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendalami dan memahami apa yang ada dalam kehidupan masyarakat itu sendiri.

Sedangkan apabila dilihat dari sifatnya penelitian ini termasuk penelitian deskriptif yang didasarkan kepada subjek penelitian sebagai data primer yang sangat dibutuhkan, dalam hal ini adalah manusia. Selain itu juga penelitian ini memasukan referensi buku-buku dan dokumen yang dibutuhkan dan berkaitan dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti memakai teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Peneliti mengambil objek penelitian dari segenap potensi pariwisata yang ada di Surakarta. Penelitian deskriptif itu sendiri mempunyai artian yaitu sebuah metode meneliti kelompok manusia, suatu objek, suatu sistem pemikiran, ataupun sistem kelas pada peristiwa masa sekarang (Moh Nazir, 2005:54). Selain itu juga, peneliti mengemukakan segenap fenomena sosial mengenai pembahasan yang diteliti dengan mendeskripsikan dan mencatat peristiwa sesuai dengan keadaan yang berkembang pada situasi sosial yang sedang terjadi (Sugiono, 2007:2006). Pasalnya, dinamika pariwisata ditentukan pula oleh situasi sosial politik yang terjadi di sekitarnya.

#### **b. Sumber Data**

Sumber data penelitian diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui interaksi di lokasi dan subjek penelitian. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui dua sumber, yakni manusia dan non manusia. Sumber data yang diperoleh melalui sumber manusia berfungsi sebagai subyek atau informan kunci (key informants). Sesuai dengan paradigma, masalah, dan tujuan penelitian ini, maka sumber data penelitian adalah warga masyarakat

Surakarta yang bersinggungan dengan dunia pariwisata. Sedangkan sumber data non manusia berupa dokumen yang relevan dan berkaitan dengan fokus penelitian, seperti buku panduan, brosur, catatan, terbitan berkala, hingga laporan pemerintah.

Sumber data primer adalah data yang didapat atau diperoleh secara langsung dari sumber utama, yaitu dari pihak yang menjadi objek dari penelitian ini. Data primer dari penelitian ini adalah data yang di hasilkan melalui wawancara secara langsung di Surakarta. Sumber Data Sekunder, yaitu data-data pelengkap yang diperoleh dari sumber data pertama, mencakup pustaka yang dijadikan referensi untuk melengkapi data penelitian dari penelitian yang diangkat, yaitu profil pariwisata di Surakarta.

### **c. Teknik Pengumpulan Data**

Supaya peneliti mendapatkan data yang akurat dari apa yang ditelitinya maka dari itu diperlukan suatu teknik atau metode untuk mendapatkan dan mengumpulkan data dari lapangan. Sebelum terjun lapangan, peneliti musti mengetahui dan memahami apa yang dimaksud dengan metode penelitian terdahulu. Adapun metode pengumpulan data yang dipakai dalam riset ini sebagai berikut:

- **Observasi**

Observasi atau disebut juga pengamatan secara luas artinya adalah kegiatan untuk melakukan pengukuran terhadap lapangan penelitian, tetapi observasi atau pengamatan disini diartikan lebih sempit, yaitu pengamatan

dengan menggunakan indera penglihatan sehingga pengamatan ini tidak perlu mengajukan pertanyaan-pertanyaan (Soehartono, 2008:69).

Berdasarkan keterlibatan pengamatan terhadap kegiatan-kegiatan orang yang amati, observasi dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu: (1) *Participant Observation*. Dalam observasi partisipan, pengamat ikut serta dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh subjek yang diteliti atau diamati.

(2) *Nonparticipant Observation*. Dalam observasi ini. Pengamat berada diluar subjek yang diamati dan tidak ikut serta di dalam kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan (Soehartono, 2008:69-70).

Adapun dalam melakoni riset ini peneliti memakai observasi terlibat (*participant observation*), artinya peneliti juga ikut menjadi bagian dari objek yang diteliti dan terlibat langsung dalam kegiatan yang dikerjakan oleh subjek penelitian. Tak ayal, data yang dikantongi merupakan data yang masih aktual. Artinya, data yang dikumpulkan dan diperoleh dari subjek di kala terjadinya tingkah laku, dan kesesuaian alat ukur dapat diketahui secara langsung, sehingga periset seakan-akan bagian dari mereka.

- **Wawancara**

Teknik wawancara atau interview adalah teknik penelitian yang menggunakan cara tanya jawab secara langsung dengan responden atau informan, cara menggunakan teknik wawancara baik terstruktur maupun tidak dilakukan untuk menilai keadaan seseorang agar peneliti mengetahui

tentang pandangan, pendapat serta keterangan atau kenyataan-kenyataan yang dilihat dan dialami oleh responden atau informan terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Esterberg (2002) mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2009: 72).

Sebab itu, teknik wawancara yang periset pakai dalam riset ini, yaitu teknik wawancara bebas terpimpin. Periset hanya membawa pedoman pertanyaan yang ditentukan sebelumnya, berisi garis besar perihal hal-hal yang hendak ditanyakan. Memakai metode wawancara dalam riset ini, dimaksudkan agar peneliti memperoleh informasi dengan bertatap muka secara fisik maupun secara tidak langsung dan bertanya-jawab dengan informan.

Dengan cara ini, peneliti merangkap juga sebagai pengumpul data dalam berwawancara (Abu Achmadi dan Choid Narkubo, 2005: 85). Informan ialah orang yang memberikan informasi. Dengan pengertian ini maka informan dapat dikatakan sama dengan responden, apabila pemberian keterangannya karena dipancing oleh pihak peneliti (Arikunto, 1998: 145).

### **3.5 Teknik Analisis Data**

#### **A. Analisis Data Kualitatif**

Untuk mempermudah dalam menganalisa data yang diperoleh dan data ini telah dianalisa secara kualitatif. Pengambilan kesimpulan analisa ini sesuai dari

hasil observasi dan hasil studi kepustakaan, tujuan dari langkah analisa data adalah agar data tersusun rapih secara sistematis, maka pengolahan data dengan mengikuti beberapa tahapan menjadi sangat penting sehingga memungkinkan untuk ditelaah dan dipahami lebih mendalam, tahap-tahap dalam analisa data meliputi: identifikasi data, verifikasi data, klasifikasi data, serta pengambilan kesimpulan tentang gambaran dinamika pariwisata di Surakarta, serta peranan masyarakat bersama pemerintah dalam pengembangan pariwisata, pengambilan dari data-data yang diperoleh dan telah dianalisa kembali oleh peneliti.

#### **B. Analisis Deskriptif**

Dalam buku Moh. Nazir (1999: 63) bahwa pendekatan deskriptif merupakan studi untuk menentukan fakta dengan interpretasi yang tepat untuk mengenal fenomena-fenomena serta untuk melukiskan atau menggambarkan secara akurat sifat-sifat dari beberapa fenomena, kelompok atau individu yang sedang terjadi. Maksud dari pendekatan penelitian yang menggunakan penelitian deskriptif ini adalah untuk menggambarkan fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan fenomena yang menjadi bahan penelitian secara sistematis, faktual dan akurat.

Dalam pengambilan kesimpulan dan pengolahan data dari penelitian ini, penulisan memakai pendekatan deskriptif untuk mendekati tema permasalahan yang di angkat oleh peneliti. Analisis dan penafsiran data ini pada dasarnya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan

tujuan penelitian yang telah diuraikan pada bab. I. Bogdan & Biklen (1992, h. 32) dalam hal ini menyatakan: Analisis data merupakan proses kegiatan yang sangat penting dalam penelitian kualitatif. Proses pengumpulan data dan analisis data penelitian kualitatif dalam praktiknya merupakan kegiatan yang saling berkaitan. Kedua proses kegiatan di atas kadang-kadang dikerjakan secara bersamaan, artinya analisis data seharusnya dikerjakan bersamaan dengan pengumpulan data, kemudian dilanjutkan kembali setelah selesai. Sesuai dengan rancangan studi kasus, maka analisis dan penafsiran data dilakukan dua tahap, yaitu: (1) tahap analisis data kasus individu (*individual case*), dan (2) tahap analisis data lintas kasus (*cross case analysis*).

### **C. Analisis Data Kasus**

Analisis data kasus dilakukan pada potensi pariwisata di Surakarta. Dalam menganalisis, peneliti melakukan interpretasi dalam meningkatkan data yang berupa kata-kata, sehingga diperoleh makna (*meaning*). Karena itu analisis dilakukan bersama-sama dengan proses pengumpulan data, serta setelah data terkumpul. Suharsimi Arikunto (2002: 209) mengemukakan bahwa "Secara garis besar analisis data meliputi 3 langkah yaitu

- (a) persiapan,
- (b) tabulasi dan

(c) penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian”. Analisis data dapat dilakukan melalui tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu:

- (a) reduksi data,
- (b) display data, dan
- (c) penarikan kesimpulan/verifikasi.

#### **D.Reduksi Data**

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan akhir. Reduksi data diartikan juga sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sudah mengantisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak sewaktu memutuskan kerangka konseptual, wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan penemuan metode pengumpulan data. Selama pengumpulan data berlangsung sudah terjadi tahapan reduksi, selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, menulis memo). Proses ini berlanjut sampai pasca pengumpulan data di lapangan, bahkan pada akhir pembuatan laporan sehingga tersusun lengkap.

Semua data yang telah dituangkan dalam catatan lapangan (transkrip) dibuat ringkasan berdasarkan fokus penelitian. Setiap topik liputan dibuat kode yang menggambarkan topik tersebut. Kode-kode tersebut dipakai untuk mengorganisasi satuan-satuan data, yaitu potongan-potongan kalimat yang diambil dari transkrip sesuai dengan urutan paragraf.

#### **E. Penyajian Data**

Penyajian data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menemukan suatu makna dari data-data yang telah diperoleh, kemudian disusun secara sistematis, dari bentuk informasi yang kompleks menjadi sederhana namun selektif. Data yang diperoleh dari penelitian ini berwujud kata-kata, kalimat-kalimat, atau paragraf-paragraf. Penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah data dalam bentuk teks naratif walaupun tidak praktis, namun akan lebih baik apabila didukung dengan data yang disajikan dalam matriks, grafik, jaringan, dan bagan.

#### **F. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi**

Kegiatan analisis pada tahap ketiga adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Analisis yang dikerjakan selama pengumpulan data ialah selepas pengumpulan data dipakai untuk menarik kesimpulan, sehingga dapat menarik kesimpulan, dan mampu menemukan pola tentang aneka peristiwa yang terjadi. Sejak pengumpulan data periset berupaya mencari makna atau arti dari simbol-simbol, mencatat keteraturan pola, penjelasan, dan alur kausalitas yang terjadi. Dari kegiatan itu dibuat simpulan yang bersifat

terbuka, umum, lantas menuju ke yang spesifik/rinci. Kesimpulan akhir diharapkan bisa diperoleh setelah pengumpulan data selesai.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian yang peneliti ambil:

1) Strategi pemasaran pariwisata melalui *city branding* di Kota Surakarta, yang meliputi penentuan unsur:

a) *Brand Personality* Kota Surakarta dengan elemen:

1. Ritual (diasosiasikan dengan kejadian tertentu)
2. Simbol (citra yang dianggap memiliki nilai tambah)
3. *Heritage of Good* (keunggulan spesifik)
4. *The aloof snob* (City brand menunjukkan karakter wisatawan)
5. The Belonging (City Brand membuat wisatawan merasa menjadi bagian kelompok besar)
6. Legenda (sejarah)

b) *Brand Positioning* Kota Surakarta dengan elemen:

1. Menentukan positioning
  - a. Positioning City Brand (yang disukai & dianggap penting di Mata wisatawan)
  - b. *Unieqly & Berbeda* dengan pesaing
  - c. Kelebihan Produk
2. Mengkomunikasikan positioning
  - a. *Be creative*

- b. Simplicity*
  - c. Own, Dominate, Protect*
  - d. Use Their Language*
- c) *Brand Identifiers* Kota Surakarta dengan elemen:
- a. Positioning*
    - *Feature*
    - *Benefit*
    - *Target pasar*
    - *Target audience*
    - *Positioning statement*
  - b. Verbal*
    - *Brand* (Nama Brand)
    - *Descriptor* (Uraian produk)
    - *Nomenclature* (istilah)
    - *Positioning tagline*
  - c. Visual*
    - Logo
    - Kemasan
    - Media iklan
  - d. Experiential*
    - *Identity experience*
    - *Technology support*

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal dan Buku :

Deria Adi Wijaya, "Plesiran Ing Kutha Sala" (Kajian Transformasi Pariwisata Perkotaan Di Surakarta" (*desertasi Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta*, 2018)

Achmad Sunjayadi, *Vereeniging Toeristen Verkeer Batavia (1908-1942): Awal Turisme Modern di Hindia Belanda*, (Jakarta: FIB UI 2007).

Darsiti Soeratman, *Kehidupan Dunia Kraton Surakarta 1830-1839* (Yogyakarta: Taman Siswa, 1989).

George. D Larson, *Masa Menjelang Revolusi: Kraton dan Kehidupan Politik di Surakarta, 1912-1914*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1990).

Julianto Ibrahim, *Kraton Surakarta dan Gerakan Anti Swapraja* (Yogyakarta, Malioboro Press, 2008).

Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996)

Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Bandung: tanpa penerbit :1990). James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*.(Yogyakarta: Kanisius, 1991).

Suharsimi Arikunto, *Prosuder Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998).

