



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Metodologi Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai penulis adalah *mixed method*. Menurut Yusuf (2014) *mixed method* adalah menggunakan penelitian kuantitatif dan kualitatif dalam suatu proses penelitian, yang dapat dilakukan secara sekuensial atau serempak. Sehingga hasil yang didapat lebih utuh dan komprehensif (hlm.428).

Secara kualitatif menggunakan wawancara, observasi, dan studi *existing*. Proses wawancara didokumentasikan dengan rekaman audio dan foto bersama narasumber. Proses observasi didokumentasikan dengan rekaman video dan foto. Sedangkan secara kuantitatif menggunakan kuisisioner yang disebarakan menggunakan Google Form selama 3 minggu, terhitung sejak 3 Maret 2017 sampai 24 Maret 2017.

3.1.1. Wawancara

Wawancara menurut Yusuf (2014) adalah salah satu cara mengumpulkan data dengan interaksi antara pewawancara dan sumber informasi melalui komunikasi langsung. Pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti (hlm.372). Jenis wawancara yang dilakukan oleh penulis adalah wawancara terencana-tidak terstruktur, artinya penulis sebagai pewawancara menyusun rencana dan pertanyaan, tetapi pada saat proses wawancara tidak menggunakan

format dan aturan yang baku. Guna dari wawancara jenis ini adalah mendalami setiap pertanyaan untuk mengejar jawaban yang lebih detail (hlm.377).

Wawancara dilakukan kepada ketua RW, Komunitas Kampung Wisata Brontokusuman, dan Ketua Paguyuban Pengusaha Pariwisata Prawirotaman Yogyakarta (P4Y) untuk mengklarifikasi permasalahan dan keadaan di Kampung Wisata Brontokusuman. Wawancara juga dilakukan kepada penduduk dan pelaku ekonomi untuk mengetahui daya tarik mereka terhadap suatu destinasi wisata, berikut uraiannya:

i. Wawancara dengan Komunitas Kampung Wisata Brontokusuman

Penulis melakukan dua kali wawancara dengan Komunitas Kampung Wisata Brontokusuman. Yang pertama dengan narasumber Bapak Kelik selaku ketua, Bapak Hasanto selaku sekretaris, dan Bapak Kusnan selaku bendahara, secara bersamaan pada tanggal 28 Februari 2017 di rumah Bapak Kusnan, pada pukul 11:24 WIB. Yang kedua dengan narasumber Bapak Kelik dan Bapak Kusnan pada tanggal 2 Maret 2017 di rumah Bapak Kusnan, pada pukul 16:31 WIB.



Gambar 3.1. Wawancara dengan Pengurus KWB
(Dokumen pribadi, 2017)

Bapak Kelik menjabarkan keadaan wisatawan saat ini bahwa sebenarnya mereka sudah jenuh dengan hiruk pikuk perkotaan, kemudian mereka tidak ingin lagi melihat tempat wisata yang konvensional, namun mereka ingin melihat sesuatu yang alami. Seperti terjun langsung melihat kehidupan masyarakat yang guyub dan ramah.

Sejarah munculnya Kampung Wisata Brontokusuman berangkat dari Sungai Code yang menjadi ikon penting dalam kehidupan penduduknya. Mereka merawat dan menjaga kebersihan Sungai Code, kemudian berlanjut dengan penataan kampung. Untuk mengkoordinasi hal tersebut maka dibentuk sebuah komunitas bernama Pemerti Code (Paguyuban Pemerhati Sungai Code Selatan) pada tahun 2010, yang saat ini telah berubah menjadi Komunitas Kampung Wisata Brontokusuman. Karena dirasa cukup berpotensi, maka dikembangkan menjadi sebuah kampung wisata. Hal ini ternyata sejalan dengan munculnya program pemerintah tentang kampung wisata. Akhirnya kampung ini didaftarkan menjadi kampung wisata dengan bekerja sama dengan Badan Lingkungan Hidup.

Terdapat beberapa penjelasan yang perlu diketahui tentang kampung wisata menurut Peraturan Walikota No.115 Tahun 2016:

- Pasal 1 ayat 8, kampung wisata adalah suatu wilayah yang penduduknya mempunyai kegiatan di bidang sosial dan ekonomi dalam bentuk pengembangan usaha pariwisata yang berbasis pada potensi daya tarik alam dan buatan termasuk bangunan cagar budaya maupun tatanan sosial

kehidupan masyarakat setempat, nilai budaya, dan seni tradisi serta kerajinan dan kuliner tradisional dan sarana prasarana akomodasi. (hlm.3)

- Pasal 14 ayat 1, klasifikasi kampung wisata terdiri dari:
 - Rintisan;
 - Berkembang; dan
 - Mandiri. (hlm.6)
- Pasal 14 ayat 2, klasifikasi kampung wisata didasarkan pada penilaian yang dilakukan oleh Tim Penilai Akreditasi yang dibentuk oleh Kepala Dinas (hlm.6).
- Pasal 14 ayat 8, evaluasi terhadap masing-masing klasifikasi kampung wisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan 3 (tiga) tahun sekali sejak tanggal penetapan (hlm.6).

Klasifikasi kampung wisata didasarkan pada jumlah wisatawan yang datang, kemandirian ekonomi saat mengadakan acara, dan dampak ekonomi bagi penduduk kampung tersebut. Jika saat diakreditasi terbukti tidak berkembang, maka nama kampung wisata tersebut akan didegradasi dari 17 kampung wisata di Yogyakarta, kemudian akan digantikan dengan kampung wisata lain yang lebih berpotensi. Saat ini di Yogyakarta hanya ada satu kampung wisata yang dikategorikan sebagai kampung wisata mandiri, yaitu Kampung Wisata Dipowinatan, sedangkan Kampung Wisata Brontokusuman masuk dalam kategori berkembang.

Kampung Wisata Brontokusuman jika dijabarkan berdasarkan potensi wisatanya, dapat terbagi menjadi 3 yaitu wisata alam, wisata budaya, serta wisata

kuliner dan penginapan yang terbagi di beberapa wilayah. Wisata kuliner dan penginapan sudah lebih dulu dikenal oleh wisatawan mancanegara, berada di wilayah yang bernama Prowirotaman. Wilayah Prowirotaman dapat menjadi pintu masuk untuk menjadi daya tarik wisatawan, karena ditempat inilah terdapat berbagai macam kuliner dari berbagai bangsa, dan juga berbagai macam hotel yang menyuguhkan keunikannya masing-masing, dengan sepanjang jalan yang diisi berbagai mural tentang sejarah dan kebudayaan. Sedangkan untuk wisata alam dan wisata budaya belum dikenal oleh wisatawan, tercatat dalam satu tahun hanya sekitar 200 orang yang berkunjung. Padahal kedua wisata tersebut tidak kalah menariknya. Wisata alam di Kampung Wisata Brontokusuman menghadirkan berbagai kegiatan alam yang memacu adrenalin, seperti *flying fox*, susur sungai, sepeda santai, atau sekedar *jogging* santai. Sedangkan untuk wisata budaya menampilkan berbagai kegiatan mulai dari penampilan bergada (prajurit), tarian jathilan, tarian klasik-kontemporer, karawitan, reog, melihat kegiatan UMKM warga yang membuat produk khas Yogyakarta, serta menyuguhkan berbagai sajian hidangan tradisional.

Untuk paket wisata alam dan budaya, ditawarkan sangat terjangkau, hanya Rp 30.000 wisatawan bisa mendapatkan *welcome drink* berupa teh atau setup, satu kegiatan alam, satu kegiatan budaya, dan melihat kegiatan UMKM warga. Terdapat juga paket lainnya, yaitu paket wisata studi banding dengan harga Rp 50.000, minimal 10 orang. Peserta studi banding bisa mendapatkan *welcome drink*, edukasi tentang sungai, melihat satu penampilan tarian, makan siang, dan

edukasi tentang daur ulang sampah yang kemudian dibagikan sertifikat kepada setiap pesertanya.

Dalam setahun Kampung Wisata Brontokusuman mengadakan beberapa acara diantaranya Merti Tumpeng Robyong yang diadakan setiap bulan April, Festival Prawirotaman yang diadakan setiap bulan Juli, dan Car Free Day yang diadakan setiap hari minggu pahing menurut kalender Jawa. Acara-acara ini diadakan dengan tujuan salah satunya untuk menarik wisatawan.

Kampung Wisata Brontokusuman telah beberapa kali mendapat penghargaan, diantaranya:

- Juara favorit - kategori video klip kampung wisata terbaik.
- Juara 1 – kategori kampung wisata favorit kota.
- Juara 5 – kategori kampung wisata favorit provinsi.
- 6 besar – kategori pawai budaya provinsi.
- Juara 1 – produk kreatif (sate tela dan yel-yel).

Karena ikon Sungai Code yang begitu terpelihara, Kampung Wisata Brontokusuman juga telah beberapa kali menjadi objek studi banding, diantaranya dari Komunitas Sungai Boyolali, Komunitas Suryatmajan, Komunitas Sungai Bengawan Solo, dan Komunitas Sungai Ciliwung (Matpeci).

Dalam prakteknya, ketika Kampung Wisata Brontokusuman telah hampir 7 tahun hadir sebagai salah satu destinasi alternatif wisata juga mengalami berbagai macam kendala. Walaupun program kampung wisata ini dikemukakan oleh pemerintah, tetapi untuk sarana prasarana masih dari inisiatif penduduknya. Diceritakan bahwa pelaku utama pariwisata disini adalah penduduk asli, dengan

latar belakang kemiskinan, sehingga kegiatan apapun akan mereka jalani ketika menghasilkan uang. Mereka menyadari bahwa pariwisata dapat menjadi solusi untuk meningkatkan perekonomian, sehingga mereka antusias untuk melayani wisatawan, namun sayangnya tidak banyak wisatawan yang datang ke tempat ini. Sehingga memaksa mereka untuk mencari uang dengan kegiatan lainnya. Maka terkadang Komunitas Kampung Wisata Brontokusuman ini merasa kesulitan untuk mengajak lagi keterlibatan penduduk dalam melakukan pembangunan, karena penduduk belum merasakan dampak yang signifikan dari program kampung wisata, yang dikarenakan jarang nya wisatawan berkunjung kesini.

Setelah ditelusur lebih jauh lagi, komunitas ini menyatakan bahwa memang belum ada informasi atau identifikasi yang menyatakan keberadaan Kampung Wisata Brontokusuman secara jelas. Sehingga keberadaan kampung wisata ini belum diketahui oleh kebanyakan wisatawan. Selama ini Komunitas Kampung Wisata Brontokusuman hanya aktif di Facebook, namun belum begitu berdampak. Bapak Kelik mengatakan bahwa selama ini sudah beberapa mengetahui, namun bukan pasar yang dikehendaki.

Masalah lainnya adalah walaupun Prawirotaman masuk dalam wilayah Kampung Wisata Brontokusuman, tetapi belum ada sinergi. Prawirotaman seperti daerah wisata yang terpisah dari Kampung Wisata Brontokusuman. Belum ada kesesuaian identitas yang menjelaskan keberadaan potensi wisata lainnya di situ.

Harapan kedepannya adalah terbangunnya sinergi antara Prawirotaman sebagai wilayah yang memiliki potensi kuliner dan penginapan, dengan potensi wisata alam dan budaya. Karena hal tersebut dapat saling menguatkan, wisatawan

di Prawirotaman dapat merasakan wisata alam dan budaya, begitupun sebaliknya. Sehingga hubungan simbiosis mutualisme tersebut dapat bersama-masa maju menuju Kampung Wisata Brontokusuman sebagai kampung wisata mandiri.

ii. Wawancara dengan Ketua Paguyuban Pengusaha Pariwisata Prawirotaman (P4Y)

Penulis melakukan wawancara dengan Bapak Edi Suparto selaku ketua Paguyuban Pengusaha Pariwisata Prawirotaman (P4Y), pada tanggal 3 Maret 2017 di Poka Ribs Prawirotaman, pada pukul 16:05 WIB.



Gambar 3.2. Wawancara dengan Ketua P4Y
(Dokumen pribadi, 2017)

Beliau memaparkan kondisi dunia saat ini, bahwa sekarang masuk dalam era globalisasi yang artinya terdapat peningkatan di segala bidang, salah satu dampaknya adalah semua berlomba untuk mencapai suatu standar, akhirnya semua menjadi sama. Namun ada satu yang tidak boleh berubah, yaitu budaya. Karena budaya adalah sesuatu yang istimewa dan berbeda.

Kemudian beliau menjelaskan keunikan dari wilayah Prawirotaman, bahwa wilayah ini sudah dikenal sebagai estalase perkampungan internasional. Fasilitas dan kualitas yang ditawarkan oleh restoran maupun hotel sudah bertaraf

internasional, namun satu yang membedakan dengan wilayah lainnya, yaitu masih memiliki atmosfer sebagai kampung. Dalam hal ini kampung dalam maksud positif, penduduk yang ramah dan *welcome* terhadap wisatawan. Sebagai contoh, wisatawan bisa saja main catur dengan penduduk sambil santai berbincang-bincang. Suasana itulah yang tidak bisa didapatkan di tempat lain, apalagi di kota metropolitan, dimana semua telah menjadi individualis.

Wilayah Prawirotaman memiliki sejarahnya sendiri. Dimulai pada abad ke-19, seorang prajurit bernama Prawirotomo ikut berperang membantu Sultan Hamengkubuwono melawan penjajah Belanda. Karena keterlibatannya, Sultan memberikan hadiah sepetak tanah, yang kemudian tempat tersebut bernama Prawirotaman. Tempat tersebut kemudian menjadi permukiman trah keturunan prajurit Prawirotaman. Trah yang terdiri dari beberapa keluarga tersebut menjadi panutan, keturunan abdi dalem, dan pengusaha batik cap, kemudian wilayah ini dikenal menjadi kampung batik. Namun sayangnya predikat sebagai kampung batik hanya bertahan hingga tahun 1970-an, karena menurunnya usaha batik yang disebabkan bahan dasar membuat kain batik susah didapatkan, kemudian hadirnya kain batik *print* dari Cina.

Kemudian para pengusaha batik tersebut berpindah bisnis menjadi rumah pondokan setelah ada wisatawan mancanegara yang berminat untuk usaha dalam bidang ini. Kemudian rumah pondokan ini diminati oleh wisatawan mancanegara lainnya yang berkunjung ke Yogyakarta. Seiring dengan itu Yogyakarta tumbuh menjadi destinasi wisata potensial. Prawirotaman sebagai tujuan wisata berkembang pesat, banyak rumah tradisional berubah menjadi bangunan modern

yang digunakan untuk hotel. Melihat peluang lainnya, kemudian mulai banyak usaha lainnya seperti restoran, *cafe*, toko *souvenir*, rental, *money changer*, dan agen tur.

Saat ini tercatat sebanyak 21 restoran, 46 hotel, 6 toko batik dan barang antik, 16 agen tur, 3 salon, 1 *money changer*, 1 rental. Kemudian seiring dengan berkembangnya berbagai macam bisnis di wilayah ini, maka hadirlah Paguyuban Pengelola Pariwisata Prawirootaman Yogyakarta (P4Y), yang berguna untuk mempersatukan pengusaha yang asli penduduk wilayah ini agar tetap bisa bersaing dengan investor, maupun menyelesaikan masalah dengan membuat kebijaksanaan.

Saat ini Yogyakarta sedang melakukan pembangunan hotel dimana-mana. Hal ini cukup berdampak untuk wilayah Prawirootaman, karena persaingan bertambah ketat untuk menarik wisatawan tinggal di hotelnya. Kembali lagi pada penjelasan diatas, bahwa keunikan wilayah ini terletak pada atmosfer sebagai kampungnya. Sehingga bagaimana mempertahankan eksistensi kampung ditengah maraknya pembangunan hotel di Yogyakarta.

iii. Wawancara dengan Penduduk

Penulis melakukan wawancara dengan seorang penduduk lokal bernama Bapak Sudarisman, pada tanggal 2 Maret 2017 di Jl. Gerilya, pada pukul 12.24 WIB. Beliau memaparkan sedikit cerita mengenai sejarah Prawirootaman hingga saat ini menjadi sebuah tempat wisata. Namun beliau tidak dapat menjelaskan keunikan atau potensi apa yang ada pada wilayah ini. Sehari-hari beliau bekerja sebagai

pedagang kelontong. Menurutnya wilayah ini banyak dikunjungi wisatawan pada bulan Juni sampai Juli, sedangkan diluar bulan itu wilayah ini sangat sepi. Beliau mengeluhkan bahwa hal itu berdampak pada usahanya, jika tidak ada wisatawan, maka tidak ada yang membeli dagangannya.



Gambar 3.3. Wawancara dengan Penduduk
(Dokumen pribadi, 2017)

Kemudian penulis juga mewawancarai beberapa penduduk asli lainnya yang berprofesi sebagai tukang becak. Dalam kegiatan sehari-hari mereka selama mengantarkan wisatawan berkeliling, kebanyakan wisatawan selalu berkunjung ke Keraton, Taman Sari, Malioboro, Kebun Binatang Gembira Loka, Pasar hewan, Kota Gede, dan daerah bakpia serta batik. Namun ternyata mereka juga pernah menawarkan kepada wisatawan untuk berkunjung ke kampung wisata, ada juga wisatawan yang tertarik karena pengalaman yang ditawarkan oleh kampung wisata seperti melihat kehidupan asli penduduk, merasakan potensi alam dan budaya. Sayangnya belum semua mau karena menurut mereka objek wisata yang disebutkan sebelumnya lebih familiar di benak mereka. Kemudian mereka juga mengeluhkan hal yang sama, bahwa diluar bulan Juni sampai Juli, wilayah ini sangat sepi, sehingga berdampak pada usahanya.

iv. Wawancara dengan Para Pelaku Ekonomi

Penulis melakukan wawancara dengan seorang pegawai ViaVia *caffe* yang bernama Maya, pada tanggal 27 Februari 2017 di Jl. Prawirodaman, pada pukul 13.27 WIB. ViaVia *caffe* berdiri sejak 1995 dan menjadi salah satu *caffe* terlama di wilayah ini. *Caffe* ini merupakan cabang dari Belgia, dan satu-satunya di Indonesia yang berada di Yogyakarta. Berawal dari kekhawatiran mengenai perkembangan pariwisata yang dapat merusak budaya setempat, maka dibuatlah sebuah tempat dengan konsep tempat bertemunya berbagai budaya dari seluruh penjuru dunia untuk saling tukar pendapat, ide, dan pengalaman, dengan cara memberi kesempatan bagi para seniman untuk memamerkan karya, memutar film, diskusi dan debat. ViaVia memberdayakan potensi masyarakat lokal, sehingga secara tidak langsung membantu mempertahankan budaya lokal, seperti salah satu kegiatan khas ViaVia Yogyakarta adalah tur jamu. Mbak Maya memaparkan bahwa *caffe* ini hampir setiap harinya ramai, entah wisatawan datang untuk makan atau melihat pameran. Sehingga secara tidak langsung membuktikan bahwa wisatawan yang datang tertarik dengan wisata budaya.

Kemudian penulis juga melakukan wawancara dengan seorang pegawai Hotel Adhithana yang bernama Dito, pada tanggal 2 Maret 2017 di Jl. Gerilya, pada pukul 12.08 WIB. Beliau memaparkan bahwa wilayah ini memiliki hal positif yaitu penduduk sangat *welcome* terhadap para wisatawan. Menurut beliau wilayah ini dapat diperkenalkan sebagai *little bali*, karena identik dengan suasana, hotel, restoran, dan wisatawan mancanegara. Namun beliau belum bisa menjelaskan apa keunikan dari wilayah ini, beliau mengatakan bahwa biasanya

wisatawan lebih memilih berwisata ke tempat-tempat yang sudah *familiar*, serta menurutnya belum ada yang bisa ditawarkan dari kampung wisata. Berdasarkan data dari hotel ini, wisatawan lokal dan Asia Tenggara menyukai wisata alam, sedangkan wisatawan Eropa lebih suka dengan wisata kebudayaan, seperti melihat candi atau kegiatan budaya lainnya.

3.1.1.1. Kesimpulan

Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa saat ini wisatawan tidak hanya tertarik dengan wisata konvensional, tetapi sudah mulai tertarik dengan wisata berbasis alam dan budaya. Untuk memfasilitasi hal tersebut maka hadirilah kampung wisata. Kampung Wisata Brontokusuman memiliki banyak potensi wisata dan kemampuan untuk bersaing dengan destinasi lainnya.

Namun sayangnya Kampung Wisata Brontokusuman tidak memiliki identitas dan materi visual promosi yang dapat merepresentasikan potensi yang dimilikinya, sehingga membuat kampung ini tidak teridentifikasi sebagai kampung wisata. Jika hal ini tidak diselesaikan, maka wisatawan tidak akan mengetahui keberadaan kampung wisata ini, kemudian potensi wisata yang ada akan terbengkalai yang berdampak pada kesejahteraan ekonomi penduduknya. Apalagi di era globalisasi ini, sebuah destinasi dapat tergeser dengan mudah oleh wilayah lain yang lebih menarik perhatian. Di sisi lain, wilayah ini memiliki sejarah yang cukup penting bagi perekonomian Kota Yogyakarta, sehingga seharusnya dapat dilestarikan.

3.1.2. Observasi

Observasi menurut Yusuf (2014) adalah teknik pengumpul data yang dapat digunakan untuk mengetahui dan menyelidiki tingkah laku *nonverbal*, maksudnya adalah untuk mengungkapkan suatu fakta yang tidak diucapkan, namun bisa terungkap melalui pengamatan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan bentuk *non-participation observer*, yang artinya penulis tidak ikut serta dalam kegiatan yang diamati (hlm.384). Penulis melakukan observasi di Kampung Wisata Brontokusuman, dan juga melakukan observasi jejak di internet.

A. Observasi di Kampung Wisata Brontokusuman

Penulis melakukan pengamatan selama 6 hari dari tanggal 26 Februari 2017 hingga 3 Maret 2017, dengan rata-rata waktu 2-6 jam per hari untuk melihat dan merasakan langsung keadaan di Kampung Wisata Brontokusuman. Hasil observasi didokumentasikan dalam bentuk foto dan video. Berikut adalah beberapa hasil yang penulis dapatkan:



Gambar 3.4. Petunjuk Arah KWB
(Dokumen pribadi, 2017)

Foto diatas merupakan satu-satunya identifikasi untuk menunjukan Kampung Wisata Brontokusuman. Identifikasi tersebut berupa petunjuk arah.

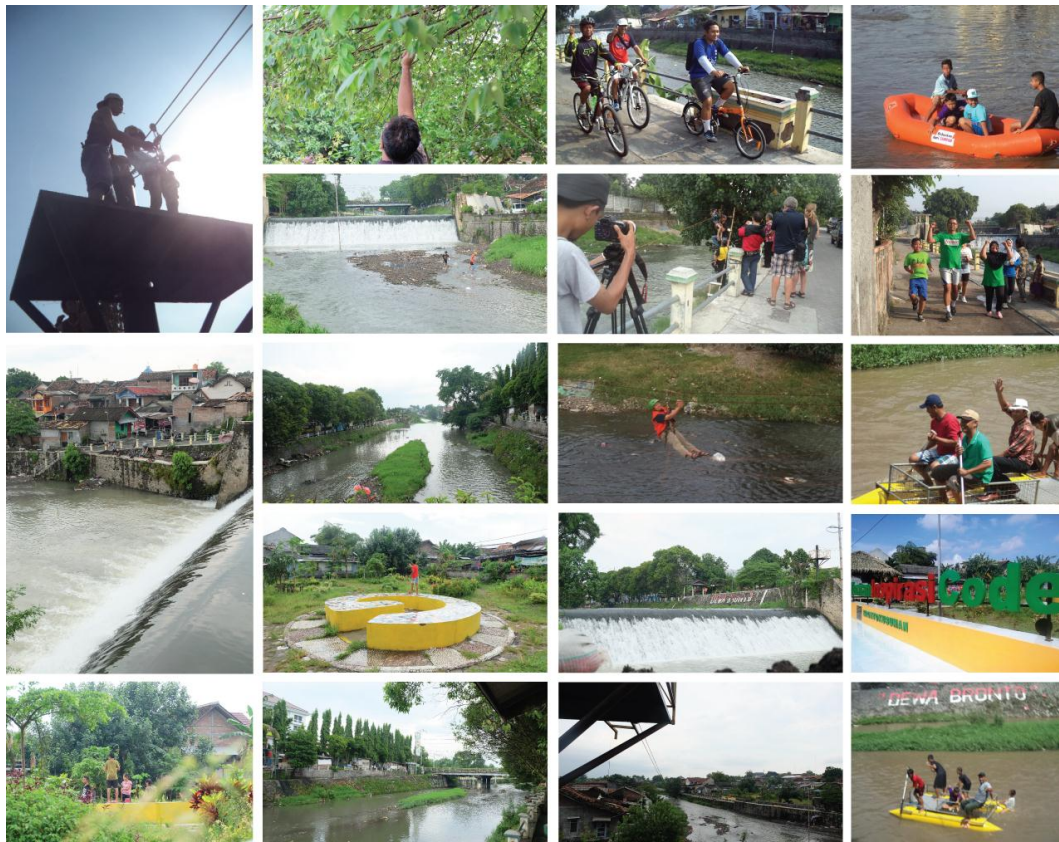


Gambar 3.5. Gapura Prawirotaman

(Dokumen pribadi, 2017)

Kemudian untuk wilayah Prawirotaman sebagai potensi wisata kuliner dan penginapan, memiliki identifikasi sendiri berupa gapura bertuliskan Prawirotaman, seperti gambar di atas. Sedangkan untuk potensi wisata alam dan budaya belum memiliki identifikasi sama sekali. Awalnya penulis tidak mengetahui adanya potensi wisata selain kuliner dan penginapan, namun setelah mendapat arahan dari ketua RW setempat, baru penulis mengetahui keberadaan potensi wisata alam dan wisata budaya.

Setelah masuk ke dalam Kampung Wisata Brontokusuman ini, penulis mendokumentasikan ketiga potensi wisata yang ada. Yang pertama adalah potensi wisata alam:



Gambar 3.6. Potensi Wisata Alam
(Dokumen pribadi, 2017)

Potensi wisata alam di Kampung Wisata Brontokusuman berpusat pada Sungai Code sebagai ikon mereka. Pada potensi wisata alam dapat ditemukan berbagai kegiatan yang memacu adrenalin. Terdapat *flying fox* yang terbentang di atas Sungai Code, sehingga wisatawan dapat menyeberangi Sungai Code dengan menggunakan wahana ini. Kemudian terdapat juga kegiatan susur Sungai Code dengan menggunakan perahu karet atau aluminium. Kegiatan menyusuri sungai ini berjarak 1-8km. Di samping sungai terdapat Taman Inspirasi Code, yaitu sebuah taman baca yang suplai oleh Gramedia, sehingga wisatawan dapat menikmati suara sungai sambil membaca. Kegiatan lainnya adalah wisatawan bisa

bersepeda santai di pinggir sungai. Jika tidak, dapat sekedar jalan santai (*jogging*) sambil menikmati buah talok yang dapat dipetik sendiri.



Gambar 3.7. Potensi Wisata Budaya

(Dokumen pribadi, 2017)

Yang kedua adalah potensi wisata budaya. Potensi wisata budaya yang dimiliki Kampung Wisata Brontokusuman sangat beragam. Terdapat penampilan bergada (*prajurit*), tarian *jathilan*, tarian klasik-kontemporer, *karawitan*, *reog*. Kemudian wisatawan dapat melihat kegiatan *UMKM* warga yang membuat produk khas Yogyakarta. Selain itu terdapat banyak mural bertema budaya yang

ada di beberapa sudut jalanan, yang memungkinkan wisatawan dapat leluasa berfoto. Wisatawan juga dapat berkunjung ke Museum Perjuangan.



Gambar 3.8. Potensi Wisata Kuliner dan Penginapan

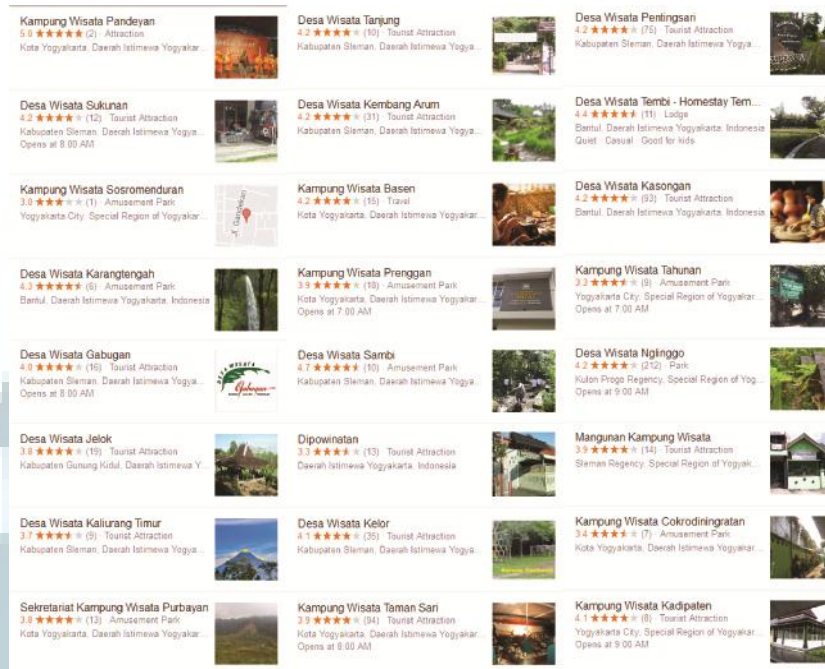
(Dokumen pribadi, 2017)

Yang ketiga adalah potensi wisata kuliner dan penginapan. Potensi ini banyak terdapat di wilayah Prawirotaman. Di sini penulis menemukan banyak sekali restoran dan hotel yang unik. Terdapat berbagai macam kuliner, mulai dari makanan lokal, Thailand, Arab, India, hingga makanan Western ada disini. Hotel-hotel yang ada juga memiliki keunikannya masing-masing, salah satu yang paling menonjol adalah Greenhost hotel, karena hotel ini mengangkat konsep *eco-friendly* dan *sustainable* yang didalamnya terdapat kebun hidroponik. Di wilayah ini juga dapat ditemukan beberapa bar, namun jam operasional setiap restoran dan bar maksimal pukul 24.00 WIB, sehingga ketenangan dan keamanan cukup terjamin. Selama penulis mengamati potensi wisata kuliner dan penginapan ini, hampir semua wisatawan yang berkunjung berasal dari mancanegara, sedangkan wisatawan lokal jarang ditemui.

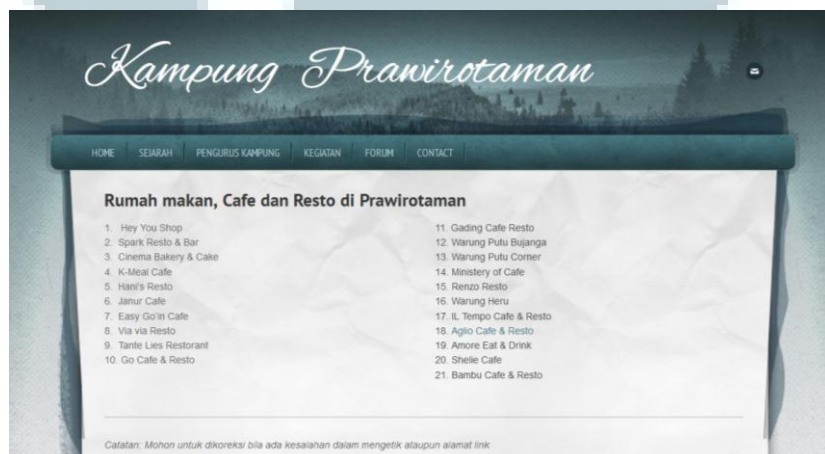
B. Observasi Jejak di Internet

Penulis melakukan observasi jejak pada mesin pencari Google, pada tanggal 23 Maret 2017 pukul 23.25 WIB. Hasil penelusuran didokumentasikan dalam bentuk foto *screen capture*.

Hasil pencarian dengan kata kunci kampung wisata Yogyakarta menunjukkan bahwa Kampung Wisata Brontokusuman tidak terdeteksi sama sekali. Sedangkan beberapa kampung wisata lainnya sudah terdeteksi. Begitu juga dengan kata kunci destinasi wisata Yogyakarta, juga menunjukkan bahwa Kampung Wisata Brontokusuman tidak terdeteksi. Tidak ditemukan *website* atau *blog* resmi Kampung Wisata Brontokusuman, namun ditemukan *website* dari Prawirotaman.



Gambar 3.9. Hasil Observasi Jejak di Google
(Dokumen pribadi, 2017)



Gambar 3.10. Website Prawirotaman
(Dokumen pribadi, 2017)

3.1.2.1. Kesimpulan

Dari hasil observasi di atas dapat disimpulkan bahwa memang benar Kampung Wisata Brontokusuman tidak memiliki identitas maupun visual promosi yang

memadai atau merepresentasikan potensi wisata yang ada di dalamnya. Terbukti pada awalnya penulis tidak mengetahui keberadaan potensi wisata selain wisata kuliner dan penginapan. Karena satu-satunya identifikasi hanyalah papan petunjuk arah. Padahal setelah ditelusuri ternyata Kampung Wisata Brontokusuman memiliki beragam potensi wisata yang dapat ditawarkan.

Tabel 3.1. Jumlah Potensi Wisata

Jenis Potensi	Jumlah
Restoran	21
Hotel	46
Toko batik dan barang antik	6
Agen tur	16
Kegiatan Alam	8
Kegiatan Budaya	11
Lainnya (salon, <i>money changer</i> , rental)	5

3.1.3. Kuesioner

Kuesioner menurut Yusuf (2014) adalah rangkaian pertanyaan tentang suatu topik yang diberikan kepada sekelompok orang untuk memperoleh data. Kuesioner berguna untuk memperoleh informasi yang banyak secara cepat (hlm.199). Dalam penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengetahui destinasi utama wisatawan saat berada di Yogyakarta, mengumpulkan data seberapa banyak masyarakat mengenal Kampung Wisata Brontokusuman, dan juga untuk mengetahui penilaian mereka terhadap Kampung Wisata Brontokusuman.

Penentuan jumlah sampel menggunakan metode sampel kuota. Sampel kuota menurut Eriyanto (2007) adalah teknik pemilihan responden yang dibatasi melalui beberapa kriteria, yang ditentukan proporsi sampelnya terlebih dahulu. Terdapat dua langkah dalam penarikan sampel kuota ini. Pertama, menentukan terlebih dahulu karakteristik orang yang akan menjadi sampel, termasuk jumlahnya. Karakteristik tersebut dipilih yang paling berpotensi. Kedua, pemilihan responden. Responden yang dipilih dari karakteristik yang sudah ditentukan bisa siapa pun, asal memenuhi kuota (hlm.237-238).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Yogyakarta 2015 memperlihatkan bahwa kunjungan wisatawan lokal dari Pulau Jawa terbanyak dari Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur (hlm.37-38).

Tabel 3.2. Wisatawan Potensial

No.	Provinsi	Jumlah Kunjungan
1	DKI Jakarta	678.831
2	Jawa Barat	466.270
3	Jawa Tengah	447.738
4	Jawa Timur	548.785
Total		2.141.624

Setelah diketahui populasi yang potensial, selanjutnya penulis menentukan kuota yang akan diambil, yaitu sebanyak 100 responden. Untuk mewakili keempat provinsi tersebut, maka 100 responden dibagi lagi sesuai populasi yang diketahui.

Tabel 3.3. Perhitungan Sampel

Provinsi	Jumlah Kunjungan	Presentase mewakili populasi	Sampel yang harus diambil
DKI Jakarta	$678.831/2.141.624*100\%$	31.69%	32

Jawa Barat	466.270/2.141.624*100%	21.77%	22
Jawa Tengah	447.738/2.141.624*100%	20.9%	21
Jawa Timur	548.785/2.141.624*100%	25.39%	25
Total		100%	100

Dari perhitungan di atas diperoleh jumlah sampel yang harus diambil adalah 32 sampel dari DKI Jakarta, 22 sampel dari Jawa Barat, 21 sampel dari Jawa Tengah, dan 25 sampel dari Jawa Timur. Kemudian penulis membagikan kuesioner tersebut melalui Google Form kepada responden berumur 20-35 tahun, memiliki pendapatan antara 1-15 juta, dan sudah pernah berkunjung ke Yogyakarta. Berikut adalah uraian dari hasil kuesioner:

Kemana tujuan Anda saat berada di Yogyakarta?

1. Malioboro
2. Tugu Jogja
3. Candi Prambanan
4. Pantai Gunung Kidul (Drini, Baron, Pok Tunggal, Krakal, dll.)
5. Keraton
6. Taman Sari
7. Museum (Vredeburg, Ullen Sentalu, Affandi, dll.)
- 8. Kampung Wisata Brontokusuman (Prawirotaman)**
9. Desa Wisata Kasongan
10. Air Terjun Sri Gethuk

Gambar 3.11. Diagram Tujuan Utama Wisatawan

(Dokumen pribadi, 2017)

Penulis memberikan pertanyaan dan pilihan jawaban kepada responden tentang tujuan mereka saat berada di Yogyakarta, kemudian responden dapat memilih lebih dari satu tujuan. Diperoleh data dari 100 responden, bahwa

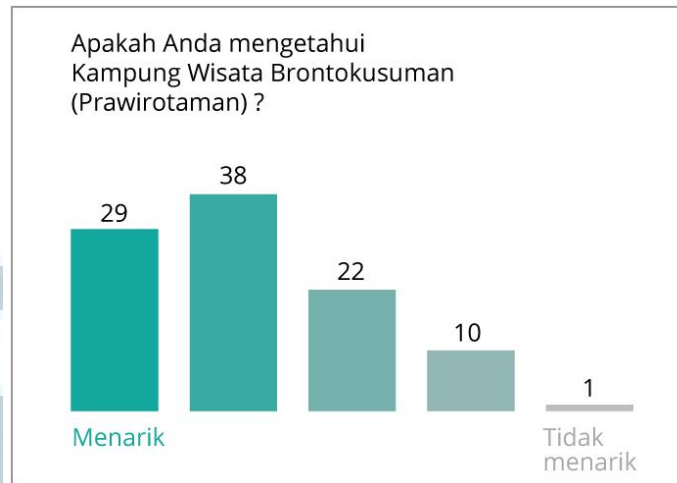
Malioboro mendapat pilihan terbanyak sebanyak 78 responden, sehingga menjadikannya destinasi utama. Sedangkan Kampung Wisata Brontokusuman dipilih hanya oleh 9 orang, sehingga berada di urutan ke delapan. Hal ini dapat diartikan bahwa Kampung Wisata Brontokusuman belum menjadi sebuah destinasi yang banyak dituju oleh para wisatawan.

Kemudian penulis masuk ke pertanyaan berikutnya untuk mengetahui ketertarikan responden terhadap destinasi kampung wisata. Namun penulis tidak menyebutkan nama kampung wisatanya. Hasilnya adalah 74% tertarik untuk berkunjung ke kampung wisata, dan 26% tidak tertarik untuk berkunjung. Setelah itu penulis lanjut ke pertanyaan yang mulai membahas Kampung Wisata Brontokusuman.



Gambar 3.12. Diagram *Awareness* Wisatawan Terhadap KWB (Dokumen pribadi, 2017)

Diperoleh data dari 100 responden, 87% tidak mengetahui Kampung Wisata Brontokusuman. Hal ini dapat diartikan bahwa *awareness* wisatawan terhadap Kampung Wisata Brontokusuman masih rendah.



Gambar 3.13. Diagram Penilaian Wisatawan Terhadap KWB
(Dokumen pribadi, 2017)

Kemudian penulis memperlihatkan beberapa foto potensi wisata yang ada di Kampung Wisata Brontokusuman, dan meminta responden untuk memberikan penilaian. Penulis memberikan skala 1-5, dengan keterangan 1 adalah menarik dan 5 adalah tidak menarik. Diperoleh data dari 100 responden, sebanyak 29 responden memberikan skala 1, 38 responden memberikan skala 2, 22 responden memberikan skala 3, 10 responden memberikan skala 4, dan hanya 1 responden memberikan skala 5. Hal ini dapat diartikan bahwa potensi yang ada di Kampung Wisata Brontokusuman cukup menarik bagi wisatawan.

3.1.3.1. Kesimpulan

Dari hasil kuesioner di atas dapat disimpulkan bahwa destinasi utama di Yogyakarta masih berpusat pada Malioboro, Tugu, dan Candi Prambanan. Padahal masih banyak destinasi yang ditawarkan, seperti kampung wisata. Responden cukup tertarik dengan kampung wisata, namun belum mengetahui adanya Kampung Wisata Brontokusuman. Kemudian diketahui bahwa *awareness*

responden terhadap Kampung Wisata Brontokusuman sangat rendah. Hal tersebut dapat disebabkan karena potensi wisata yang ada belum terdeteksi. Kemudian dibuktikan setelah responden melihat foto tentang potensi wisata yang ada di Kampung Wisata Brontokusuman, bahwa penilaian mereka tentang destinasi ini adalah cukup menarik.

3.2. Metodologi Perancangan Visual Promosi

Drewniany dan Jewler (2008) membagi proses perancangan melalui 5 tahap yang disebut 5R, research, roughs, revise, ready, dan run, berikut adalah pengertian dari ke 5 tahapan tersebut (hlm.191) :

a. Research

Hal pertama yang dilakukan adalah riset terhadap produk yang bersangkutan. Desainer harus mengenal produk apa yang akan dipromosikan, perusahaan seperti apa yang memproduksi produk atau jasa tersebut. Tidak hanya dari sisi internal perusahaan, desainer juga diharapkan untuk mengetahui sisi eksternal nya yaitu mencakup target market dan kompetitornya, penting untuk mengetahui untuk siapa desain itu dibuat dan bentuk promosi seperti apakah yang digunakan oleh perusahaan lain (hlm.191-192).

b. Roughs

Setelah melakukan riset, proses selanjutnya adalah melakukan sketsa kasar. Yang paling penting dalam proses ini adalah menuangkan ide kedalam coretan yang berisi gambaran promosi yang ingin dicapai (hlm.192).

c. Revise

Sketsa dari ide tersebut kemudian dipilih sesuai dengan target konsumen, dalam proses ini jangan menutup kemungkinan terhadap satu ide saja, perluas ide dengan membuat lebih dari satu ide dan merevisinya untuk hasil yang lebih maksimal dalam pengembangan ide. Di tahap ini merupakan tahap yang potensial agar bisa mendengar masukan dari klien dan menyesuaikan kembali (hlm.193).

d. Ready

Setelah materi yang dibutuhkan sudah terpilih, tahap berikutnya adalah memasukan kedalam layout dengan menyesuaikan ukuran sesuai media yang akan digunakan (hlm.193).

e. Run

Tahap akhir dari pembuatan promosi adalah mengontrol kualitas cetakan agar hasil yang dibuat sesuai (hlm.193).

UMMN