



## INTISARI

Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta sudah mempunyai otonomi atau kewenangan sendiri untuk mengelola website resminya. Website resmi Dinas Pariwisata DIY berfungsi untuk mempromosikan pariwisata yang ada di Yogyakarta. Untuk mengetahui keadaan website resmi Dinas Pariwisata DIY, diperlukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*). Tugas akhir yang berjudul “SWOT Analisis pada Website Resmi Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta” ini bertujuan untuk mendeskripsikan profil Dinas Pariwisata DIY dan menganalisa website resmi Dinas Pariwisata DIY menggunakan analisis SWOT.

Tugas akhir ini menggunakan tiga metode dalam mengumpulkan data yaitu studi lapangan, studi pustaka, dan survei. Untuk studi lapangan, penulis melakukan praktik kerja lapangan (PKL) di Dinas Pariwisata DIY dari 8 Januari hingga 29 Maret 2018 dan melakukan wawancara dengan beberapa pegawai disana. Untuk studi pustaka, penulis membaca beberapa buku, jurnal, dan beberapa referensi dari internet untuk memperkuat data. Untuk survei, penulis mengolah kuesioner tentang website resmi Dinas Pariwisata DIY melalui *Google Form*. Setelah data terkumpul, data tersebut dideskripsikan dan dianalisa menggunakan metode *descriptive-quantitative*.

Hasil dari penelitian ini adalah analisis SWOT pada website resmi Dinas Pariwisata DIY. Analisis SWOT yang dilakukan dibagi menjadi analisis SWOT berdasarkan wawancara dan analisis SWOT berdasarkan kuesioner. Secara umum, kekuatan (*strengths*) dari website resmi Dinas Pariwisata DIY adalah website tersebut bisa mengunggah semua media dan Dinas Pariwisata DIY yang memiliki otonomi dalam mengelola website resmi tersebut. Menjadi website pariwisata yang mudah digunakan, memiliki artikel dan gambar yang cukup rinci dan menarik, memberikan informasi tentang pariwisata di Yogyakarta dengan jelas, dan menampilkan media sosial resmi Dinas Pariwisata DIY juga merupakan kekuatan website resmi Dinas Pariwisata. Kemudian, kelemahan (*weaknesses*) website resmi Dinas Pariwisata DIY adalah kurangnya pegawai atau sumber daya manusia yang mengelola website tersebut, kesulitan dalam mendapatkan konten kegiatan tepat waktu, website yang hanya bisa diakses menggunakan Bahasa Indonesia, kurangnya promosi, dan kurang terkenal. Keberadaan *New Yogyakarta International Airport* (NYIA), [visitingjogja.com](http://visitingjogja.com) versi aplikasi untuk pengguna android, dan website pariwisata yang lain bisa menjadi peluang (*Opportunities*) bagi website resmi Dinas Pariwisata DIY. Selain itu, pernyataan partisipan yang mengatakan bahwa mereka ingin mengunjungi destinasi pariwisata di Yogyakarta setelah mengunjungi website resmi juga merupakan peluang yang dimiliki yang dimiliki [visitingjogja.com](http://visitingjogja.com). Meskipun keberadaan website pariwisata yang lain disebutkan sebagai peluang bagi [visitingjogja.com](http://visitingjogja.com), mereka juga bisa menjadi ancaman (*Threats*) bagi website resmi Dinas Pariwisata DIY. *Hacker* dan media sosial resmi Dinas Pariwisata DIY adalah ancaman lain bagi [visitingjogja.com](http://visitingjogja.com)

Melalui analisis SWOT, dapat dilihat bahwa kelebihan website resmi Dinas Pariwisata DIY lebih banyak daripada kelemahannya, dan peluangnya juga lebih banyak daripada ancamannya. Akan tetapi, Dinas Pariwisata DIY dirasa perlu lebih mempromosikan atau mempublikasikan website resminya agar lebih dikenal masyarakat.

**Kata Kunci: Analisis SWOT, Dinas Pariwisata DIY, [visitingjogja.com](http://visitingjogja.com)**



## ABSTRACT

Yogyakarta Tourism Authority already has the autonomy to manage its own official website. The official website of Yogyakarta Tourism Authority ([visitingjogja.com](http://visitingjogja.com)) functions on promoting the tourism in Yogyakarta. To know more about the current condition of the official website of Yogyakarta Tourism Authority, a SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat) analysis is needed. This graduating paper entitled “SWOT Analysis on the Official Website of Yogyakarta Tourism Authority” aims to describe the profile of Yogyakarta Tourism Authority and analyze the official website of Yogyakarta Tourism Authority using SWOT analysis.

This graduating paper used three methods in collecting the data, they were field study, library study, and survey. For the field study, the writer conducted an internship in Yogyakarta Tourism Authority since January 8<sup>th</sup> until March 29<sup>th</sup> 2018 and did interviews with the staff of Yogyakarta Tourism Authority. For the library study, the writer read some books, journal, and some references from the internet to further confirm the validity of the data. For the survey, the writer administered a questionnaire about the official website of Yogyakarta Tourism Authority through Google Form. After the data were collected, they were described and analyzed through descriptive-quantitative method.

The result of the study in this graduating paper is a SWOT analysis on the official website of Yogyakarta Tourism Authority. The SWOT analysis is classified into SWOT analysis based on the interview and SWOT analysis based on the questionnaire. In general, the strengths the official website of Yogyakarta Tourism Authority are the website is fully customized and Yogyakarta Tourism Authority has the autonomy to manage its official website. Being a user friendly tourism website, having articles and pictures that are pretty detail and interesting, giving the detail information about tourism in Yogyakarta, and displaying the official social media of Yogyakarta Tourism Authority on its official website are also the strengths of the official website of Yogyakarta Tourism Authority. Meanwhile, the weaknesses of the official website of Yogyakarta Tourism Authority are the lack of human resources, the difficulty of getting the event content on time, the limited language that is only available in Indonesian, the lack of promotion, and the lack of publicity that makes website not famous. The existence of New Yogyakarta International Airport (NYIA), the application version of [visitingjogja.com](http://visitingjogja.com) for android user, and the other tourism websites can be the opportunity of the official website of Yogyakarta Tourism Authority. Besides, the respondents’ statement which said that they are interested in visiting the tourism destinations in Yogyakarta after visiting the official website is also the opportunity that [visitingjogja.com](http://visitingjogja.com) has. Even though the existence of other tourism websites is mentioned in the opportunity of [visitingjogja.com](http://visitingjogja.com), it also can be a threat for the official website of Yogyakarta Tourism Authority. The hacker and the official social media of Yogyakarta Tourism Authority are the other threats for [visitingjogja.com](http://visitingjogja.com)

Through the SWOT analysis, it can be seen that the strengths of the official website ([visitingjogja.com](http://visitingjogja.com)) is more than the weaknesses of the official website, and the opportunities of the official website is also more than its threats. However, Yogyakarta Tourism Authority needs to promote the official website ([visitingjogja.com](http://visitingjogja.com)) so it will be more well known.

**Keywords: SWOT Analysis, Yogyakarta Tourism Authority, [visitingjogja.com](http://visitingjogja.com)**