

INTISARI

Penelitian ini membahas mengenai peranan yang dilakukan pemerintah Kota Yogyakarta memanfaatkan potensi wisata yang ada untuk dipasarkan menjadi sebuah produk wisata andalan. Kota Yogyakarta, yang selama ini lebih dikenal dengan Kota Budaya, memiliki berbagai daya tarik wisata. Wisata sejarah menjadi ikon dan andalan Kota Yogyakarta. Selain wisata sejarah terdapat wisata belanja dan kuliner yang turut menyumbang peran besar bagi kemajuan pariwisata Kota Yogyakarta.

Melihat kondisi kepariwisataan Kota Yogyakarta yang mengalami perkembangan pesat, pihak pemerintah yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta membentuk sebuah jasa pelayanan yang khusus bergerak dalam bidang pelayanan informasi pariwisata sekaligus sarana promosi pariwisata yang diberi nama TIC (Tourist Information Center). TIC (Tourist Information Center) merupakan jasa pelayanan informasi pariwisata di Kota Yogyakarta yang berada dibawah Bidang Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta. Fokus penelitian ini ada pada peran TIC (Tourist Information Center) dalam memasarkan pariwisata Kota Yogyakarta dan strategi yang digunakan.

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif menggunakan data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan TIC (Tourist Information Center) dan sumber data sekunder diperoleh dari jurnal, artikel, buku dan internet.

Peran yang dilakukan oleh pihak TIC (Tourist Information Center) dan Bidang Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam memajukan pariwisata Kota Yogyakarta dengan travel dialog, pemilihan dimas diajeng Kota Yogyakarta, pelayanan informasi pariwisata secara langsung di TIS (Tourist Information Service), publikasi media massa yaitu pemasangan iklan di Linkers Inflight, event kesenian, Table Top dan pembuatan event tahunan. TIC (Tourist Information Center) telah memberikan pelayanan informasi dengan baik sesuai dengan SOP (*Standar Operasional Procedure*). Jumlah kunjungan wisatawan sebelum berdirinya TIC (*Tourist Information Center*) dan sesudah berdirinya TIC (*Tourist Information Center*) mengalami peningkatan. Namun demikian perlu adanya penelitian lebih lanjut apakah hal ini dapat membuktikan peran TIC (*Tourist Information Center*) dalam melakukan promosi pariwisata memberikan kemajuan bagi kepariwisataan Kota Yogyakarta.

Kata Kunci : Wisata Kota Yogyakarta, TIC (Tourist Information Center), Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.

ABSTRACT

This research deals with the role of Government the city utilize the existing tourism potential to be marketed a product tour mainstay. The city of Yogyakarta, who had been known as the city of culture, has a variety of tourist attractions. Historical tourism became an icon and a mainstay of Yogyakarta city. In addition there are historical tours and culinary shopping tour that also accounted for a large role for the progress of tourism.

See conditions of tourism of Yogyakarta that is experiencing rapid development, the authorities, namely tourism and Cultural City of Yogyakarta to form a specialized moving services in the field of the Ministry of tourism information at once a means of tourism promotion named the TIC (Tourist Information Center). TIC (Tourist Information Center) is a tourism services in the city of Yogyakarta, which was under the field of the promotion of tourism and Cultural City of Yogyakarta. The focus of this research is on the role of the TIC (Tourist Information Center) in the city's tourism and marketing strategies used.

The research method used is descriptive qualitative research methods using primary and secondary data. The source of primary data obtained through interviews with the various parties with regard to the TIC (Tourist Information Center) and secondary data source obtained from journals, articles, book and the internet.

The role performed by the TIC (Tourist Information Center) and the field of the promotion of tourism and Cultural City Yogyakarta Yogyakarta tourism in advancing with travel di ajeng dimas, selection dialog of Yogyakarta city, Ministry of tourism information directly in the TIS (Tourist Information Service), publications of mass media that is advertising in Linkers Inflight, arts events, Table Top and the making of the annual event. TIC (Tourist Information Center) has been providing service information properly in accordance with SOP (Standard Operating Procedure). The number of tourists visit prior to the establishment of the TIC (Tourist Information Center) and after the establishment of the TIC (Tourist Information Center) and after the establishment of the TIC (Tourist Information Center) has increased. However, the need for further research on whether it can be proved the role of TIC (Tourist Information Center) in conducting tourism promotion giving advancement for tourism of Yogyakarta city.

Keywords: *Yogyakarta City Tour, the TIC (Tourist Information Center), tourism and Cultural City of Yogyakarta*