

**PENGELOLAAN WEBSITE WWW.VISITINGJOGJA.COM
SEBAGAI MEDIA INFORMASI WISATA BERBASIS INTERNET
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA TAHUN 2017**

NASKAH PUBLIKASI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Lisa Arabiah Siregar

20140530041

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul :

**PENGELOLAAN WEBSITE WWW.VISITINGJOGJA.COM
SEBAGAI MEDIA INFORMASI WISATA BERBASIS INTERNET
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA TAHUN 2017**

Oleh :

Lisa Arabiah Siregar

20140530041

Yang Disetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, S.E., MM, Ph.D.

ABSTRAK

Pelayanan informasi wisata berbasis internet dapat dilakukan salah satunya melalui pemanfaatan website resmi yang dikelola oleh Dinas Pariwisata DIY dengan domain *www.visitingjogja.com*. Website ini diluncurkan sejak tahun 2005 yang dikelola oleh Seksi Pelayanan Informasi Pariwisata dan Bagian Program Informasi Dinas Pariwisata DIY. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengelolaan website *www.visitingjogja.com* sebagai media informasi wisata berbasis internet. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap informan yang berjumlah 3 (tiga) orang yang bertanggung jawab langsung terhadap kegiatan pengelolaan website tersebut, Kepala Seksi Pelayanan Informasi, Sub Bagian Program dan Informasi, dan Admin website. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata DIY telah memanfaatkan website sebagai media publikasi dan promosi pariwisata melalui konten-konten yang mengandung nilai promotif yang dapat membantu promosi wisata DIY. Namun, pada aspek pengelolaan website didapatkan hambatan antara lain pengisian konten wisata kurang dilakukan secara optimal. Kontributor dinilai kurang aktif dalam memberikan konten yang menunjang kualitas dari penyebarluasan informasi melalui website.

Kata Kunci : Pengelolaan, *Website*, Informasi, *Media Online*

Internet-based tourist information services can be done through the use of official websites managed by the Tourism Office of DIY with the domain *www.visitingjogja.com*. This website was launched in 2005 which is managed by the Tourism Information Service Section and the Information Program Section of the Tourism Office of DIY. The purpose of this study is to describe the management of the website of *www.visitingjogja.com* as an internet-based tourist information media. The research method used in this study was descriptive qualitative research. Data collection was collected through interviews of the three (3) informants who were directly responsible for the management of the website, namely the Head of the Information Service Section, the Program and Information Sub-Section and the Website Administrator. The results shows that the Tourism Office of DIY had used the website as a publication and promotion media for tourism through contents containing promotional value that could help the tourism promotion of DIY. However, in the aspect of website management, there are obstacles such as the addition of tourist content was done less optimally. Contributors are considered less active in providing content that supports the quality of information distribution through the website.

Keywords: Management, Website, Information, Online Media

A. PENDAHULUAN

Indonesia saat ini menjadi salah satu negara yang dikenal dengan kekayaan dan keindahan daerah yang sangat istimewa. Beberapa daerahnya telah berhasil membawa dan membanggakan nama Indonesia untuk bersaing dalam bidang pariwisata dunia. Beberapa daerah tersebut sudah tidak asing dan dikenal sebagai destinasi wisata baik oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara, diantaranya seperti Jakarta, Bali, Yogyakarta, Jayapura, dsb. Setiap daerah mempunyai ciri khas masing-masing yang menjadikan kota tersebut dikenal menjadi tujuan destinasi wisata di Indonesia. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dikenal memiliki potensi daya tarik pariwisata yang besar seperti kekayaan seni dan tradisi, keindahan alam yang masih asri, warisan budaya dan ragam kulinernya. Oleh karenanya sudah seharusnya Yogyakarta melakukan pengembangan dan manajemen terhadap pemberi pelayanan komunikasi dan informasi tentang potensi wisata yang dimiliki. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi antar pemerintah dengan masyarakat dan kalangan lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang dimana melibatkan aspek pada penggunaan teknologi informasi (internet) dengan tujuan memperbaiki kualitas pelayanan publik secara terbuka, efisien dan efektif (Indrajit, 2006: 4).

Pada era digital saat ini, Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta telah memanfaatkan teknologi internet dalam hal ini yaitu situs *website* sebagai media informasi pariwisata dalam menunjang aktifitas promosi wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada bidang pariwisata daerah. *Website* dengan domain www.visitingjogja.com ini sebagai media baru untuk menyampaikan layanan dan informasi bagi masyarakat tentang pariwisata. Pemanfaatan penyebaran informasi melalui sebuah situs *website*, membuat pemerintah akan lebih mudah untuk menyebarkan bentuk-bentuk informasi pariwisata yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Konten pada *website* terhubung dengan sistem informasi lainnya yang bernilai *promotion* dalam dunia industri pariwisata, seperti industri akomodasi penerbangan dan pelayaran, hotel, asuransi, travel dan pengelola internal wisata sehingga memudahkan wisatawan untuk membuat perencanaan terhadap perjalanan wisatanya. *Website* harus memiliki konten-konten yang telah diseleksi untuk dijadikan konten yang bernilai promotif untuk membuat *website* menjadi lebih menarik. Dimana konten-konten tersebut dapat menyita perhatian pengunjung serta mendapatkan pertimbangan dalam menilai suatu yang dipasarkan melalui isi dari *website* tersebut (Paramita & Rosilawati, 2011:254).

Objek pada penelitian ini adalah berfokus pada tahapan pengelolaan *website* sebagai media informasi pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta yang mendukung dalam proses promosi kepariwisataan. Tujuannya adalah untuk mengetahui secara lebih mendalam bagaimana tahapan dalam mengelola *website*

visitingjogja.com agar tetap eksis sebagai media informasi pariwisata dan menganalisis konten isi yang terdapat dalam *website* tersebut, serta nantinya mengetahui apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan tahapan pengelolaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pelaksanaan promosi yang dilakukan dengan cara menyelenggarakan pameran serta promosi dengan menggunakan TI (<http://visitingjogja.com>) dapat memberikan hasil positif bagi pertumbuhan wisatawan mancanegara. Kaitannya dengan pengelolaan *website*, Dinas Pariwisata DIY mendapatkan penghargaan *Indonesia's PR of The Year 2017* yang diselenggarakan oleh *MIX MarComm-SWA Media Grup*, pada tanggal 31 Oktober 2017 di Mercantile Athletic Club. *Website* *visitingjogja* dinyatakan layak menjadi *Best of the Best Tourism Website* karena dinilai memiliki fitur yang menarik, informasi terupdate, mudah untuk digunakan, serta akses yang mudah dijangkau baik melalui PC ataupun Smartphone. (*visitingjogja.com*)

Oleh karena itu, pembahasan mengenai pengelolaan portal wisata *visitingjogja.com* akan dibahas lebih mendalam guna untuk menunjang dan mengetahui tahapan-tahapan pengelolaan dan analisis konten dalam menjalankan strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan demikian, portal tersebut dapat memaksimalkan fungsi *website*-nya bagi para wisatawan yang memerlukan informasi kepariwisataan dengan mengakses halaman portal wisata tersebut.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana tahapan pengelolaan pada portal wisata *website* www.visitingjogja.com yang dimanfaatkan sebagai media informasi pariwisata DIY?

C. KAJIAN TEORI

1. Media Online

Menurut Asep Syamsul M. Romli dalam buku jurnalistik online, mengartikan media online (*online media*) adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Secara umum, pengertian media online yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum tersebut, maka email, mailing list (milis), *website*, blog, whatsapp, dan media sosial (*social media*) masuk dalam kategori media online (Romli, 2012: 23).

2. Media Baru

Media baru atau *new media* adalah istilah yang mengacu pada permintaan akses untuk mendapatkan konten (informasi) kapan saja, di mana saja pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi real-time. Dalam perspektif studi komunikasi massa, teori tentang media baru menjadi objek kajian yang berkaitan dengan teori media online. Media baru atau *new media* merujuk pada perkembangan teknologi digital, namun tidak serta merta berarti media digital. Video, teks, gambar, grafik yang diubah menjadi data-data digital berbentuk byte, hanya merujuk pada sisi teknologi multimedia, salah satu dari tiga unsur new media, selain ciri interaktif dan intertekstual (Romli, 2012: 78).

3. Website

Website atau situs web adalah sebuah kumpulan halaman yang diawali dengan halaman muka yang didalamnya berisikan informasi, iklan, serta program aplikasi. (Asropudin, 2013:109). Website adalah suatu layanan sajian informasi yang menggunakan konsep hyperlink, yang memudahkan surfer (sebutan para pemakai komputer yang melakukan browsing atau penelusuran informasi melalui internet) (Ardhana, 2012: 3).

4. Sistem Informasi Manajemen

Menurut (Laudon, 2006:13), Sistem Informasi Manajemen (SIM) atau *Management Information Systems (MIS)* secara garis besar adalah pengelolaan sistem informasi berbasis komputer yang digunakan untuk proses bisnis. Secara lebih luas sistem informasi manajemen juga mencakup pemahaman tentang dimensi manajemen organisasi secara teknis dari sistem sebagai literasi sistem informasi. Sistem informasi manajemen berkaitan dengan hal pengelolaan aliran sistem informasi dalam sebuah perusahaan atau instansi.

D. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan jenis deskriptif kualitatif. Adapun penelitian ini akan memaparkan mengenai situasi yang fakta terjadi di lapangan, serta penelitian ini tidak mencantumkan mengenai penjelasan hubungan atau kesesuaian dan tidak mengambil uji hipotesis (prediksi). Lokasi penelitian dilakukan di kantor Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap informan yang berjumlah 3 (tiga) orang yang bertanggung jawab langsung terhadap kegiatan pengelolaan website tersebut, Kepala Seksi Pelayanan Informasi, Sub Bagian Program dan Informasi, dan Admin website serta didukung dengan dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian.

Uji validitas pada data yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah teknik triangulasi data. Pada hakikatnya, triangulasi adalah penggunaan dua atau lebih sumber data untuk mendapatkan gambaran secara menyeluruh tentang suatu fenomena yang akan diteliti. Teknik triangulasi ini digunakan untuk meningkatkan rigor (mempertahankan kadar ketepatan atau kepastian) dalam penelitian kualitatif (Herdiansyah, 2010: 201). Analisis data kualitatif menurut Bogdan & Biklen dalam Moleong (2008: 148) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

E. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Website dengan domain *www.visitingjogja.com* adalah website resmi yang dikelola oleh Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I. Yogyakarta). Pengadaan website merupakan bentuk implementasi dari pelaksanaan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dalam rangka untuk mewujudkan pelayanan informasi wisata kepada publik yang berbasis elektronik. Pengelolaan website ini ditanggung jawabkan pada Seksi Pelayanan Informasi Pariwisata yang berada di bawah naungan Bidang Pemasaran yang kemudian bekerja sama dengan Sub Bagian Program dan Informasi yang merupakan salah satu bagian dari Bidang Kesekretariatan Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Setiap informasi yang disebarluaskan merupakan bentuk dari pemenuhan kebutuhan masyarakat tentang informasi pariwisata. Pembentukan tim pengelola website berguna untuk mengaplikasikan strategi-strategi yang akan digunakan dalam mengelola website. Operasional pengelolaan pada suatu website diperlukan oleh suatu instansi dikarenakan memiliki tujuan agar pemanfaatan website sebagai media penyebaran informasi serta promosi pariwisata melalui media online berfungsi secara efektif.

Tim pengelola website mengadakan koordinasi makro sebanyak tiga bulan sekali. Pertemuan tersebut berguna untuk membahas hal-hal yang berkaitan tentang rencana operasional pengelolaan website pada bulan-bulan berikutnya. Selanjutnya, mengadakan koordinasi internal tim pengelola website dalam sekali seminggu, hal tersebut sebagai bentuk evaluasi mikro yang dilakukan terhadap pengelolaan website namun, seiring berjalan waktu koordinasi tersebut tidak dijalankan oleh tim pengelola internal. Agenda koordinasi yang semakin menurun intensitasnya ditiap minggu mengakibatkan kurangnya evaluasi terhadap pengelolaan, sehingga banyak proses yang seharusnya dapat dikerjakan dengan cepat menjadi sangat lambat.

Menurut (Robbins & Coulter, 2012: 37), terdapat empat fungsi manajemen yang dapat dijalankan untuk sebuah sistem pengelolaan sebagai berikut: Pertama, *Planning*, dimana tim pengelola website melakukan manajemen perencanaan seperti membuat penetapan tujuan dan sasaran pengadaan website. Kedua, *Organizing*, hal-hal yang berkaitan dengan pengaturan dan penataan kinerja organisasi. Ketiga, *Leading*. Operasional pengelolaan website masih belum berjalan secara maksimal, dikarenakan kurangnya pelibatan staff yang bekerja dominan untuk mengelola website. Terakhir, *Controlling*. Proses pengawasan operasional pengelolaan website *www.visitingjogja.com* mempunyai jadwal koordinasi internal yang berguna untuk melakukan pemantauan, evaluasi dan memperbaiki kualitas website. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, adapun terkait dengan Sistem Informasi Manajemen (SIM) pada website *www.visitingjogja.com* pada tim pengelola internal website dapat dikatakan belum berjalan dengan optimal. Hal ini dikarenakan terjadinya tumpang tindih fungsi dan tugas pokok dari beberapa tim pengelola website yang sudah terbentuk dan di sah kan oleh pimpinan Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tujuan dan sasaran menjadi salah satu pokok yang harus diperhatikan oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, karena keduanya menjadi tolak ukur bagi pemerintah untuk dapat mengetahui tingkat keberhasilan. Jika dilihat dari segi sasaran dan tujuan, pemanfaatan website dapat dikatakan berjalan sebagaimana mestinya, karena melihat antusias dari pengguna teknologi saat ini yang sedikitnya 95% pengakses menggunakan *website* untuk mengumpulkan informasi pariwisata, 93% diantaranya mengunjungi halaman *website* untuk merencanakan liburan dan 1,5% menggunakan *e-mail* untuk memperoleh informasi pariwisata saja. (Pan, Bing & Daniel R Fesenmaier., 2006:810 dalam Oktafiani Herlina, 2013: 14). Hal menguntungkan lainnya adalah biaya yang relatif lebih murah dan dari segi penggunaan waktu yang lebih efisien membuat Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta akan tetap menggunakan website sebagai media informasi wisata Daerah Istimewa Yogyakarta berbasis internet.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, beberapa intisari dari konten website (1) Belum Menggunakan Bahasa Internasional (Inggris). Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menjadikan aktivitas network menjadi salah satu bagian utama yang harus ada dan tidak boleh kurang dalam kehidupan sehari-hari. Namun, yang terjadi pada website *www.visitingjogja.com* adalah layanan interaktif yang disediakan belum menggunakan bahasa Universal yaitu Bahasa Inggris sebagai Bahasa Internasional. Sehingga hal tersebut menyebabkan wisatawan mancanegara merasa kesulitan untuk mengetahui informasi wisata di Yogyakarta. (2) Kontributor Berita (Konten) kurang Aktif. Kurang aktifnya tim kontributor daerah untuk menyalurkan konten-konten pariwisata yang terdapat di daerahnya masing-masing.

Beberapa kriteria agar website dapat dikatakan sebagai website yang baik, menurut (Suyanto, 2009: 61) yaitu: (1) *Usability*. Pengunjung dapat berinteraksi dengan aplikasi atau situs website dan dapat mengoperasikannya dengan mudah dan cepat, hal tersebut menjadikan website sebagai media penyebarluasan informasi yang ideal dan efektif. (2) Sistem Navigasi. Setiap pengunjung website sangat mudah untuk melakukan penjelajahan informasi apa saja yang ingin didapatkan, adapun hal tersebut dikarenakan navigasi pada website *www.visitingjogja.com* disediakan secara terstruktur. (3) *Graphic Design* Desain visual yang ditampilkan oleh website sangat menarik karena ideal dan mudah untuk dimengerti. Setiap line (judul) yang ditampilkan akan dibantu dengan adanya gambar dan warna. Desain yang digunakan membuat mata user menikmati dan menjelajahi situs web dengan permainan layout, warna, bentuk, dan tipografi yang simple namun elegan. (4) *Content* (Konten atau Isi). Pengisian konten menarik, relevan dan pantas untuk target yang menjadi sasaran *audiens* situs website. Website yang memiliki konten-konten yang bernilai promotif akan membuat website menjadi lebih menarik. Dimana konten-konten tersebut dapat menyita perhatian pengunjung serta mendapatkan pertimbangan dalam menilai suatu yang dipasarkan melalui isi dari website tersebut (Citra Paramita & Yeni Rosilawati, 2011). Dan kelima (5) *Compatibility*. Perangkat website *www.visitingjogja.com* juga mempunyai satu link yang dapat diakses apabila ingin tetap mengakses informasi pariwisata kapanpun dan dimanapun.

F. KESIMPULAN

Website *www.visitingjogja.com* merupakan sarana pertukaran informasi seputar pariwisata yang bersifat online. Penyebarluasan informasi melalui konten website dikarenakan biaya yang relatif murah dan mudah untuk diakses oleh masyarakat. Dengan adanya website dapat membantu promosi kegiatan pariwisata. Sasaran website adalah seluruh masyarakat atau wisatawan baik itu wisatawan nusantara maupun mancanegara. Operasional pada pengelolaan website sudah tersedia, namun kurang berjalan dengan baik. Hal tersebut dikarenakan adanya tumpang tindih tugas dan fungsi pokok dari tim pengelola website. Kontributor pengisian konten website tidak bekerja secara maksimal. Beberapa kontributor kurang aktif dalam memberikan konten yang menunjang kualitas dari penyebarluasan informasi melalui website. Perlunya pembuatan operasional pengelolaan website dalam bentuk *SOP (Standar Operasional Prosedur)* yang tertulis secara resmi di sah kan oleh pihak yang berwenang. Bertujuan untuk meningkatkan pengelolaan pada website. Yang terakhir tidak ada pelayanan pada tampilan konten yang berbahasa internasional yaitu bahasa inggris sehingga membuat fungsi promosi website kurang tersampaikan pada wisatawan mancanegara.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Erdinaya, Lukiati Komala. (2005). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Rekatama Media.
- Ardhana, YM Kusuma. (2012). *PHP: Menyelesaikan Website 30 Juta*. Mediakita: Jakarta.
- Asropudin. (2013). *Kamus Teknologi Informasi Komunikasi*. Bandung: Titian Ilmu.
- Citra Paramita & Yeni Rosilawati. (2011). Website Sebagai Media Public Relations Dan Promosi Perguruan Tinggi. *Jurnal Komunikator* Vol. 3 No. 2 November
- Echols, John M. dan Hassan Shadily. (2005). *Kamus Inggris Indonesia: An English: Indonesian Dictionary*. Jakarta: PT Gramedia.
- Hendriansyah, Haris. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Holtz, Shel. (1999). *Public Relations on The Net*. New York: Amacom.
- Ilman, W. F. (2016, September 2). *Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Tka/Tpa Berbasis Mvc (Studi Kasus di TKA/TPA Kalibayem)*. Sumber dari [www.umsida.ac.id: http://repository.umsida.ac.id/handle/123456789/4876](http://repository.umsida.ac.id/handle/123456789/4876)
- Indrajit, Richardus Eko. (2006). *Electronic Government: Strategi Pembangunan dan Pengembangan Sistem Pelayanan Publik Berbasis Teknologi Digital*. Yogyakarta: Andi.
- Juju, Dominikus. (2006). *Tip dan Trik Desain IYeb*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kristanto, Andi. (2008). *Perancangan Sistem Informasi & Aplikasinya Edisi Revisi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Laudon, Kenneth C. & Jane P. (2006). *Management Information System, 10th ed*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, Lexy J. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Moh. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- NIIT. (2015). *Developing Web Applications Using ASP.NET MVC*. Mumbai: Repro India Ltd.
- Rakhmat, Djalaludin. (2001). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Robbins, P. Stephen & Coulter., Mary. (2012). *Manajemen, diterjemahkan oleh Bob Sabran, Wibi Hardani*. Jakarta: Erlangga.

Rolnicki, E, Tom , Tate, C. Dow, Taylor, A. Sherri. (2008). *Pengantar Dasar Jurnlisme*. Jakarta: Kencana.

Romli, Asep Syamsul M. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.

Simarmata, Janner. (20 10). *Rehaysa WEB*. Yogyakarta: Andi Offset.

Sulianta, Feri. (2009). *Web Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suyanto, Asep Herman. (2009). *Step by Step Web Design: Theory and Practices*. Yogyakarta: Andi.

Yuhefizar. (2013). *Cara Mudah & Murah Membangun & Mengelola Website*. Jakarta: Graha Ilmu.

Zahrotul Umami. (2015). *Social Strategy Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Komunikator* Vol. 4 No. 2, Juli.

Website

<http://visitingjogja.com/>

<http://pesona.indonesia.travel/destinasi/jawa/di-yogyakarta/>

<http://yogyakarta.bps.go.id/flipbook/2014>

(www.anneahira.com)

Sumber Lain

Buku Statistika Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta 2016

Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta 2017

SK Pengelolaan Visitingjogja.com 2017