

Peran Aplikasi “Visiting Jogja” dalam Mengembalikan Kepercayaan Wisatawan untuk Berwisata ke Yogyakarta

Fitria Jalaluddin¹, Alfelia Nugky Permatasari²

Affiliation

¹Ambarrukmo Tourism Institute

²Universitas Gadjah Mada

Correspondence

Fitria Jalaluddin, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Ahmad Yani street, Eastern Ring road No.52, Pelem Mulong, Banguntapan, Banguntapan district, Bantul, Special Region of Yogyakarta 55198, Email:Fitriawilani1999@gmail.com

Abstract

Covid-19 made several countries adopt lock-down policies as an effort to break the chain of spreading the virus. However, this policy greatly affects sectors related to the daily mobility of people, especially the tourism sector which has been most significantly affected by Covid-19. One of the provinces in Indonesia that has experienced a major loss in the tourism sector due to Covid-19 is the Yogyakarta Special Region (DIY). Therefore, the DIY government gradually continues to encourage the tourism sector to resume operations, one of which is by releasing new applications for tourists, namely "Jogja Pass" and "Visiting Jogja" to monitor visitors to tourism destinations in DIY. In this study the author will focus on studying the application "Visiting Jogja". The purpose of this research is to examine the advantages and disadvantages of the "Visiting Jogja" application from the user's point of view, and to find out whether the "Visiting Jogja" application can help restore the confidence of tourists to travel to Yogyakarta. This study uses qualitative research methods, with data collection techniques through direct interviews with 10 tourists in Yogyakarta as the respondents. The results showed that the application "Visiting Jogja" can provide assurance for tourists so as to help generate user confidence to visit more tourist attractions in Yogyakarta.

Keywords: Covid-19; Tourism of Yogyakarta; Smart City; Visiting Jogja App

Article Information:

Submitted 21 January 2021 | Revised 28 November 2021 | Accepted 29 November 2021



Copyright © 2021 by the author(s). This article is published by Universitas Gadjah Mada, Indonesia under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. Anyone may reproduce, distribute, translate, and create derivative works of this article (for both commercial and noncommercial purposes), subject to full attribution to the original publication and author(s). The full terms of this license may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Pendahuluan

Covid-19 merupakan sebuah penyakit menular yang disebabkan oleh Virus Corona. Penyakit ini ditemukan pada awal Desember tahun 2019 lalu di Wuhan, China yang kemudian ditetapkan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 11 Maret 2020 (Arnani, 2020). Virus ini menyebar dengan cepat hingga ke 219 Negara di dunia, tidak terkecuali Indonesia. Hingga saat ini, berdasarkan data dari web resmi WHO (World Health Organization, 2020), sebanyak 46.403.652 kasus terkonfirmasi dengan jumlah kematian terkonfirmasi mencapai 1.198.569 kasus¹. Pandemi Covid-19 membuat beberapa negara mengambil kebijakan untuk melakukan *physical distancing* sebagai upaya memutus rantai penyebaran virus. Kebijakan ini tentu sangat berpengaruh terhadap sektor-sektor yang berhubungan dengan mobilitas masyarakat sehari-hari, tak terkecuali sektor pariwisata.

Tak dapat dipungkiri sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang terkena dampak Covid-19 paling signifikan. Bagi beberapa negara, sektor pariwisata memegang peranan penting sebagai sumber penerimaan devisa dan mendorong pertumbuhan perekonomian nasional suatu negara (Wibowo, 2008). Diberlakukannya kebijakan *lock-down* oleh sejumlah negara dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Indonesia khususnya membuat akses bagi turis untuk melakukan perjalanan wisata menjadi sulit. Tidak hanya akses bagi turis mancanegara, akses bagi turis lokal pun menjadi terbatas. Penutupan sejumlah destinasi wisata, hotel, dan restoran, juga pembatalan dan penundaan kegiatan MICE Tourism mengakibatkan industri pariwisata semakin terpuruk.

Indonesia sebagai salah satu negara tujuan wisata dunia pun tidak luput dari efek Covid-19. Sebelumnya, jumlah kunjungan wisatawan internasional di tahun 2018 mencapai angka 15.81 juta. Angka ini meningkat sebanyak 1.88% pada tahun 2019 menjadi 16.11 juta wisatawan (Badan Pusat Statistik Provinsi DIY, 2020). Dari data tersebut, jumlah kunjungan wisatawan terbanyak berasal dari Malaysia (18.51%) dan China (12.86%). Selama pandemi Covid-19, sepanjang tahun 2020 periode Januari-September, jumlah kunjungan wisatawan internasional melalui seluruh pintu masuk hanya mencapai angka 3.56 juta wisatawan saja (Wonderful Indonesia, 2020). Data ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata di Indonesia sedang mengalami krisis hebat akibat pandemi Covid-19. Salah satu provinsi di Indonesia yang mengalami kerugian besar pada sektor pariwisata akibat pandemi Covid-19 yaitu Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Dinas Pariwisata (Dinpar) DIY menyebut estimasi kerugian sektor pariwisata di DIY hampir menyentuh angka 81 Miliar (Pertana, 2020). Oleh karena itu sejak bulan Juli lalu, pemerintah DIY secara bertahap terus berupaya mendorong sektor pariwisata agar dapat kembali beroperasi.

Pemerintah telah melakukan berbagai simulasi dan uji coba guna memastikan kesiapan lokasi-lokasi wisata seperti Hotel, Restoran, Pusat Perbelanjaan, dan sarana pendukung lainnya dalam menerapkan protokol kesehatan. Edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat melalui berbagai media, di antaranya media sosial, televisi, dan koran-koran juga gencar dilakukan, khususnya kepada para pelaku usaha industri pariwisata. Tak hanya itu, pemerintah juga merilis aplikasi baru untuk wisatawan yaitu "Jogja Pass" dan "Visiting Jogja".

¹ Last Update: 2 November 2020, 09:46 pm GMT+7

Aplikasi “Jogja Pass” dan “Visiting Jogja” merupakan suatu bentuk inovasi yang dilakukan oleh pemerintah DIY. Kedua aplikasi ini menunjukkan salah satu bentuk penerapan konsep “*Smart City*” di wilayah Yogyakarta. “*Smart City*” berasal dari kombinasi definisi ruang perkotaan yang dikelilingi oleh atau tertanam dengan gagasan dan masyarakat yang memiliki wawasan pintar (Asmiatun, Wakhidah, & Putri, 2020). Sistem pintar seharusnya tidak terbatas pada teknologi berbasis ICT (Information Communication Technology) saja, tetapi kecerdasan juga semestinya dapat merujuk hingga ke desain kreatif atau organisasi baru dll. Dari sini, definisi *Smart City* atau Kota Cerdas menjadi tidak terbatas hanya pada penggunaan teknologi, namun lebih kepada bagaimana sebuah kota dapat beroperasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakatnya selaras dengan nilai yang dipegang oleh kota tersebut. Terkait dengan hal ini, “*Smart City*” dianggap paling efektif dalam menemukan cara untuk melestarikan dan meningkatkan kehidupan warga, dengan memberdayakan individu untuk bekerja secara kolektif menuju nilai-nilai umum yang dipegang oleh kota, seperti efisiensi energy, penciptaan lapangan kerja, pengelolaan sampah, dan lainnya (Chan, 2017).

Smart City atau Kota Cerdas sendiri adalah bagian dari implementasi Internet of Things (IoT) di suatu wilayah. Dalam lingkup wilayah DIY sendiri, Kabupaten Sleman sebelumnya telah menerapkan konsep kabupaten cerdas dalam pengembangan dan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi melalui “*Sleman Smart Regency*” (Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman, n.d.). Melihat ruang lingkup wilayah DIY sebagai daerah tujuan wisata, baik wisata budaya, sejarah, kuliner, dan wisata alam, maka dalam hal ini pemerintah kemudian memanfaatkan konsep *Smart City* melalui pengembangan aplikasi yang dapat membantu wisatawan saat berkunjung ke wilayah DIY. Seperti yang telah diungkapkan sebelumnya bahwa konsep *Smart City* mencerminkan bagaimana sebuah kota beroperasi selaras dengan nilai yang dipegang kota tersebut, maka keputusan pemerintah untuk menciptakan aplikasi dalam upaya menghidupkan kembali industri pariwisata di DIY adalah bentuk penerapan konsep *Smart City* yang tepat.

Aplikasi “Jogja Pass” dan “Visiting Jogja” sebelumnya adalah aplikasi bernama “Cared+ Jogja” dan “Plesiran Jogja” yang pada bulan Juli lalu telah *launching* di Play Store dengan nama “Jogja Pass” dan “Visiting Jogja”. Adapun perbedaan dari kedua aplikasi ini diungkapkan oleh Kepala Dinas Pariwisata DIY yaitu, “Jogja Pass” menjadi semacam identitas digital bagi masyarakat/wisatawan. Selanjutnya, ketika wisatawan telah sampai di destinasi wisata terkait, mereka akan dicek kembali melalui aplikasi yang berbeda yaitu “Visiting Jogja” (Aditya, 2020).

Penelitian ini berfokus pada aplikasi “Visiting Jogja” dengan tujuan untuk mengkaji kelebihan dan kekurangan aplikasi ini, khususnya dari sisi pengguna. Terlebih jauh, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah aplikasi “Visiting Jogja” dapat membantu mengembalikan kepercayaan wisatawan untuk berwisata ke Yogyakarta.

Pandemi Covid-19 telah merubah tatanan kehidupan di seluruh negara. Penyakit yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2 ini sangat mudah menular dari tetesan pernapasan orang yang terinfeksi ketika melakukan kontak dekat dengan orang lain (WHO, 2020). Meningat persebarannya yang relatif tidak terkendali, sejak awal tahun 2020 banyak negara

memberlakukan berbagai kebijakan seperti *physical distancing*, *lock-down*, *work and school from home*, dll. sebagai upaya memutus rantai penyebaran virus. Salah satu negara yang dibuat kewalahan oleh pandemic Covid-19 adalah Singapura. Singapura mengalami dua gelombang penanggulangan virus Covid-19 yang menjadi tantangan cukup berat bagi pemerintah setempat (Das & Zhang, 2020). Pada kasus tersebut, diketahui bahwa teknologi hanyalah sebagian dari solusi bagi Singapura untuk tetap relevan di era pasca-pandemi (Das & Zhang, 2020). Meskipun demikian, krisis pandemi menawarkan kesempatan bagi pemerintah dan masyarakat untuk lebih mempersiapkan masa depan (Das & Zhang, 2020).

Selain mengakibatkan kematian, dampak virus ini terhadap mobilitas berbagai sektor kehidupan juga sangat memprihatinkan. Sektor sosial, ekonomi, pendidikan dan tentunya sektor pariwisata menghadapi krisis yang berat. Salah satu temuan menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 mengakibatkan penurunan yang sangat signifikan terkait wisatawan yang berwisata ke salah satu tujuan pariwisata Internasional, Bali, mulai dari bulan maret 2020 (Paramita & Putra, 2020). Dari penelitian tersebut diperoleh beberapa strategi dalam memulihkan pariwisata Bali. Beberapa di antaranya adalah dengan memberikan keyakinan bahwa pemerintah bersama pelaku industri pariwisata di Bali telah menerapkan standarisasi kesehatan dan keamanan yang sangat memadai dan juga akan memberikan alternatif berwisata yang aman ketika wisatawan berkunjung ke Bali pada masa pandemi.

Kedua studi tersebut menunjukkan bahwa dua negara memiliki strategi yang berbeda dalam menghadapi pandemi Covid-19. Penelitian ini sendiri bertujuan untuk mengkaji alternatif yang diterapkan pemerintah DIY dalam menghidupkan kembali sektor pariwisata mereka melalui pemanfaatan *smart technology* dengan konsep pariwisata cerdas lewat aplikasi “Jogja Pass” dan “Visiting Jogja”. Selanjutnya, penelitian ini akan mengkaji apakah wisatawan menjadi semakin yakin terhadap keamanan berwisata yang ditawarkan pemerintah DIY. Harapannya, kepercayaan calon wisatawan dan rasa aman yang mereka rasakan saat melakukan perjalanan wisata ke DIY dapat meningkatkan kunjungan terhadap destinasi di Yogyakarta.

Pariwisata Cerdas

Pariwisata berarti perjalanan. Perjalanan yang dimaksud di sini adalah perjalanan penuh, yaitu berangkat dari suatu tempat dan singgah di suatu atau di beberapa tempat, dan kembali ke tempat asal semula (Hanief & Pramana, 2018). Secara lebih spesifik, menurut UU no.10/2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Berbagai fasilitas dan layanan tersebut tentu saja dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Revolusi Teknologi, Informasi dan Komunikasi tidak hanya mengubah lingkungan hidup masyarakat, tetapi juga berdampak pada berubahnya pola industri pariwisata (Lee, Hunter, & Chung, 2020). Perubahan pola tersebut sangat dinamis, tergantung pada kebutuhan industri pariwisata. Kebutuhan terhadap peran teknologi dalam mendukung aktivitas kepariwisataan merupakan refleksi terhadap semakin dinamisnya wisatawan di era modern sekarang ini (Nasrullah, Susanty, Rusli, & dkk., 2020). Saat ini kota-kota secara agresif mendorong agenda baru pariwisata menuju perkembangan luar biasa dari *smart technology* atau Teknologi cerdas (Lee, Hunter, & Chung, 2020). Teknologi cerdas adalah istilah ringkasan untuk teknologi

tertentu dan fenomena berbasis teknologi yang menyediakan data dan konektivitas dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan. Teknologi sensor terletak di jantung teknologi cerdas tetapi wi-fi di mana-mana, komunikasi jarak dekat (NFC), ponsel pintar / konektivitas seluler, identifikasi frekuensi radio (RFID) dan gudang data canggih dan algoritma penambangan data juga dianggap penting untuk menciptakan teknologi cerdas infrastruktur (Gretzel, Reino, Kopera, & Koo, 2015). Konsep teknologi tersebut kemudian di terapkan dalam pengembangan pariwisata cerdas.

Pariwisata cerdas mewakili penggabungan TIK dengan pariwisata dan menunjukkan transformasi pariwisata melalui teknologi (Lee, Hunter, & Chung, 2020). Secara umum, pariwisata cerdas bertujuan untuk mengembangkan infrastruktur dan kemampuan informasi dan komunikasi untuk meningkatkan manajemen maupun tata kelola, memfasilitasi layanan (inovasi produk), meningkatkan ragam wisata, dan, pada akhirnya, meningkatkan daya saing perusahaan dan tujuan wisata yang ada (Redjeki, Faizal, Iskandar, & dkk., 2018). Selain itu, menurut *The World Tourism Organization (UNWTO)*, keberadaan *smart technology* dalam pariwisata akan mempengaruhi cara wisatawan membuat beragam keputusan perjalanan seperti yang berkaitan dengan transportasi, akomodasi, dan aktivitas yang tersedia di destinasi wisata.

Salah satu wujud dari konsep ini dapat dilihat dalam "*Framework Pengembangan City Branding Kabupaten Bantul Menggunakan Pendekatan Smart Tourism*" (Redjeki, Faizal, Iskandar, & dkk., 2018). Di dalamnya dilakukan kajian literatur, dokumen, data sekunder dan melakukan pengumpulan data yang berhubungan dengan *smart city* dan juga sistem informasi wisata, meliputi *road map smart city* di Indonesia, *master plan smart city* di Kabupaten Bantul, lokasi wisata, potensi yang ada disekitar lokasi wisata, foto lokasi wisata dan deskripsi mengenai wisata yang ada. *Smart City* yang digunakan pada peningkatan *city branding* Kabupaten Bantul tersebut terdiri dari 3 bagian sistem yaitu sistem mobile (*apps mobile*), sistem web GIS, dan sistem dekstop. Sistem tersebut terbukti dapat mengoptimalkan pengelolaan wisata dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

Pada kasus lain, dalam "*Smart Tourism Information and Management (Saritem) Kota Palembang Berbasis Android*", konsep *smart tourism* diterapkan melalui sebuah aplikasi berbasis android yang dikembangkan pemerintah untuk memudahkan wisatawan mengakses informasi mengenai kota Palembang sebagai kota yang seringkali mengadakan event skala nasional dan internasional (Irsyad, Taqwiym, & Wijaya, 2018). Aplikasi tersebut diharapkan mampu menarik minat wisatawan untuk kembali berkunjung ke Palembang karena adanya fitur notifikasi (pemberitahuan) event-event yang akan diadakan di Palembang.

Pengalaman Pariwisata Cerdas

Pada dasarnya, kegiatan wisata memiliki satu tujuan utama yaitu mendapatkan *pleasure* atau kesenangan. Hal ini menuntut tanggung jawab industri pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang meliputi perpaduan dan keseimbangan yang baik antara 5A (Easy Nter Global LTD, 2020), yaitu *Accommodation, Accessibility, Activities, Amenities, and Attractions* saat melakukan perjalanan. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan pengalaman wisatawan hingga mendapatkan *pleasure* yang mereka harapkan. Tujuan bersama dari semua pelaku, khususnya

dalam ekosistem pariwisata cerdas, adalah tersedianya pengalaman pariwisata yang ditingkatkan / diperkaya, bernilai tinggi, bermakna, dan berkelanjutan (Buhalis & Amaranggana, 2015). Dalam hal ini, pariwisata cerdas merupakan fenomena sosial yang timbul dari penggabungan TIK dengan pengalaman pariwisata (Hunter, Chung, Gretzel, & Koo, 2015).

Pengalaman cerdas mengacu pada pengalaman pariwisata yang dimediasi teknologi dan diperkaya melalui personalisasi, keunikan dan pemantauan waktu sebenarnya (Buhalis & Amaranggana, 2015). Namun, pada akhirnya, pengalaman pariwisata cerdas adalah tentang makna yang diciptakan bersama melalui interaksi dengan *smart technology* dan ekosistem pariwisata cerdas yang lebih luas, terutama saat bepergian (Gretzel, Reino, Kopera, & Koo, 2015). Terkait dengan hal ini, *Smart City* (tujuan cerdas) menyediakan mobilitas, alokasi dan ketersediaan sumber daya, serta kualitas hidup yang berkelanjutan bagi penghuninya, dan selanjutnya memfasilitasi pariwisata dengan lingkungan cerdas terintegrasi, meningkatkan pengalaman pengunjung (pengalaman cerdas) (Lee, Hunter, & Chung, 2020). Oleh karena itu, melalui system *smart city*, yang dalam hal ini diwakili oleh *smart tourism*, pihak terkait diharapkan mampu menciptakan *smart tourism experience* bagi wisatawan.

Dalam mewujudkan *smart tourism* tentu terdapat tantangan yang harus dipertimbangkan. Ditilik dari piramida "*Dimension of the Smart Tourism Experience*", salah satu tantangan tersebut adalah ketergantungan *Smart Tourism* pada infrastruktur digital untuk menjangkau seluruh destinasi (Lee, Hunter, & Chung, 2020). Hal ini kemudian membutuhkan kreasi bersama dan personalisasi terhadap pengalaman pariwisata menuju tingkatan baru yang juga secara aktif melakukan usaha untuk mencapai efisiensi dan keberlanjutan. Dalam menghadapi krisis pariwisata seperti sekarang ini, pengalaman pariwisata cerdas dapat dimanfaatkan sebagai upaya menghidupkan kembali industri pariwisata. Usaha ini tentunya harus didukung dengan infrastruktur digital yang mumpuni untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat melakukan perjalanan.

Intensitas Perilaku Wisatawan

Intensitas perilaku wisatawan dalam hal ini merupakan aktivitas mengunjungi kembali dan merekomendasikan suatu destinasi wisata. Terkait hal ini, motivasi perjalanan dianggap sebagai prediktor signifikan dari kepuasan wisatawan secara keseluruhan (Bayih & Singh, 2020). Kepuasan wisatawan secara keseluruhan mempengaruhi intensitas perilaku mereka dalam mengunjungi kembali suatu destinasi wisata. Hal ini memiliki implikasi penting bagi pengelola destinasi dan praktisi bidang pariwisata secara umum untuk mempertimbangkan faktor motivasi ini terhadap kepuasan wisatawan dalam upaya mengembangkan pariwisata domestik.

Untuk mengetahui sikap yang memengaruhi keinginan perilaku dan dampak niat perilaku aktual wisatawan maka diperlukan suatu metode. Metode yang dapat digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM mencakup *self-identity*, *perceived usefulness*, *perceived enjoyment*, *ease of use* dan *attitude* (Kristiana, 2018). Dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* serta analisis regresi dan koefisien regresi variabel, diperoleh kesimpulan bahwa wisatawan memanfaatkan aplikasi perjalanan karena mudah dipahami dan dipelajari (Kristiana, 2018). Selain itu, variabel *ease of use* pada aplikasi terkait memiliki korelasi yang lebih kuat terhadap perilaku wisatawan dibandingkan dengan variabel *perceived usefulness*

(Kristiana, 2018). Beberapa fakta tersebut menunjukkan perlunya mempertimbangkan motivasi wisatawan untuk menghidupkan kembali industri pariwisata yang tentunya disesuaikan dengan keadaan pandemi saat ini. Selanjutnya, dalam penyediaan fasilitas berupa aplikasi tertentu untuk menunjang *smart tourism experience*, terdapat beberapa variabel yang perlu diperhatikan, terutama kemudahan penggunaannya oleh wisatawan.

Metode

Penelitian dapat diartikan sebagai rangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan pemahaman baru yang lebih kompleks, lebih mendetail, dan lebih komprehensif dari suatu hal yang diteliti (Anggito & Setiawan, 2018). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yang pengumpulan datanya dilakukan pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi, dimana Peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sumber datanya dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan datanya dengan triangulasi (gabungan), analisis datanya bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitiannya lebih menekankan makna dari generalisasi (Anggito & Setiawan, 2018). Kriteria yang digunakan pada *Purposive Sampling* dalam penelitian ini adalah wisatawan yang datang ke Yogyakarta secara keseluruhan. Dari kriteria tersebut diharapkan dapat diketahui gambaran dari wisatawan Yogyakarta terkait Aplikasi “Visiting Jogja”. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian kualitatif ini memiliki dua tujuan utama yaitu, (a) *to describe and explore*; dan (b) *to describe and explain*, atau secara umum bertujuan memberikan gambaran yang jelas kepada pembaca.

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder dan primer. Data sekunder yang digunakan yaitu berupa berbagai informasi dari internet dalam bentuk jurnal, artikel, juga beberapa laporan dari situs web resmi. Data primer yang digunakan berupa hasil wawancara dari sejumlah responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara langsung. Dalam hal ini, wawancara bermaksud untuk memperoleh keterangan, pendirian, pendapat secara lisan, dari seseorang yang biasanya disebut *responden* secara langsung dengan prinsip, pendirian, serta pandangan individu yang diwawancarai (Mamik, 2015). Berikut daftar pertanyaan dalam proses wawancara dengan *responden* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Wawancara

No.	Daftar Pertanyaan
1.	Apakah Anda mengetahui aplikasi “Visiting Jogja”?
2.	Apakah Anda menginstall aplikasi “Visiting Jogja” dan menggunakannya?
3.	Menurut Anda, kelebihan dari aplikasi “Visiting Jogja” apa saja?
4.	Menurut Anda, adakah kekurangan dari aplikasi “Visiting Jogja”?
5.	Melihat situasi pandemi saat ini, menurut Anda keberadaan aplikasi “Visiting Jogja” apakah dapat memfasilitasi kegiatan wisata di Yogyakarta?
6.	Jika sebagai seorang wisatawan, apakah aplikasi “Visiting Jogja” dapat memberikan rasa aman ketika Anda berwisata?
7.	Apakah dengan adanya aplikasi ini, ke depannya Anda akan lebih sering berwisata?

(Sumber: Penulis, 2020)

Penelitian ini melibatkan 10 orang wisatawan Yogyakarta sebagai narasumber, dengan latar belakang profesi, usia, dan asal daerah yang berbeda. Selanjutnya Penulis melaksanakan proses wawancara di Yogyakarta dengan objek penelitian yaitu aplikasi “Visiting Jogja”. Aplikasi “Visiting Jogja” merupakan aplikasi yang meng-cover data-data pariwisata dari 5 Kabupaten/Kota di wilayah DIY, diantaranya Gunung Kidul, Bantul, Yogyakarta, Sleman, dan Kulon Progo.

Hasil dan Pembahasan

Aplikasi “Visiting Jogja”

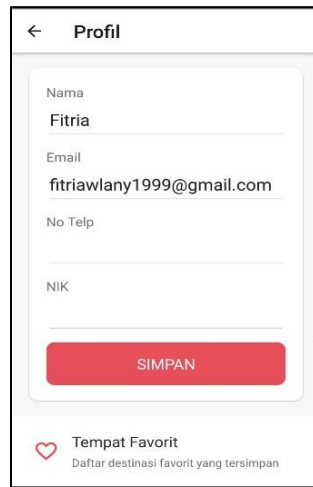
Visiting Jogja adalah sebuah portal informasi yang dikelola Dinas Pariwisata DIY sebagai media informasi mengenai berbagai event, tempat wisata, kuliner, agenda acara dan festival yang ditujukan untuk wisatawan yang berkunjung ke wilayah DIY. **Tampilan mobile aplikasi “Visiting Jogja”** dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tampilan mobile aplikasi “Visiting Jogja”
(Sumber: Aplikasi “Visiting Jogja”, 2020)

Aplikasi “Visiting Jogja” memudahkan penggunanya untuk mengakses informasi terkait pariwisata di DIY. Setidaknya ada empat jenis informasi yang dapat diakses, yaitu informasi tentang destinasi wisata di DIY, berita dan kabar terkini tentang pariwisata di DIY, rekomendasi destinasi wisata, hotel, dan kuliner terdekat, serta petunjuk arah menuju berbagai destinasi wisata. Selain itu, aplikasi “Visiting Jogja” juga dapat digunakan untuk reservasi tiket wisata secara online. Dalam membantu penggunanya, aplikasi “Visiting Jogja” memiliki sejumlah fitur pendukung. Fitur-fitur tersebut antara lain: Profil, Wisata, Akomodasi, Kuliner, Oleh-Oleh, Desa Wisata, Event, Peta Wisata, Info Wisata, Instagram, YouTube, Covid-19, QRIS, dan Informasi Cuaca. Fitur Profil pada aplikasi “Visiting Jogja” menyimpan informasi penggunanya. Informasi ini

meliputi nama pengguna, alamat e-mail, nomor telepon, dan NIK. Tampilan fitur Profil pada aplikasi “Visiting Jogja” dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Fitur Profil pada aplikasi “Visiting Jogja”
(Sumber: Aplikasi “Visiting Jogja”, 2020)

Fitur Wisata berisi informasi terkait tempat wisata di DIY yang telah dikelompokkan berdasarkan jenis wisata, seperti wisata alam, wisata pantai, wisata budaya dan sejarah, wisata museum, miat khusus, wisata buatan, dan desa wisata. Fitur Akomodasi menyediakan informasi dan rekomendasi hotel-hotel di Yogyakarta beserta fasilitasnya. Fitur Kuliner berisi informasi dan rekomendasi wisata kuliner di Yogyakarta. Fitur Oleh-Oleh memberikan informasi dan rekomendasi toko oleh-oleh di DIY. Fitur Desa Wisata berisi informasi desa-desa wisata yang ada di DIY lengkap dengan info terakait fasilitas dan atraksi yang tersedia. Fitur Event menyuguhkan *up-date* informasi tentang berbagai kegiatan atau event yang diselenggarakan di Yogyakarta, misalnya virtual tour, pameran, dll. Tampilan fitur Event pada aplikasi “Visiting Jogja” beserta contoh informasi yang tersedia di dalamnya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Fitur Event pada aplikasi “Visiting Jogja”
(Sumber: Aplikasi “Visiting Jogja”, 2020)

Selanjutnya, fitur Peta Wisata pada aplikasi “Visiting Jogja” memberikan informasi terkait peta daerah wisata di DIY berdasarkan GPS telepon pintar yang digunakan pengguna. Aplikasi ini juga merekomendasikan tempat wisata terdekat dari lokasi pengguna saat itu. Rekomendasi tempat wisata diberikan berdasarkan kategori yang pengguna inginkan. Selain itu, dalam fitur Info Wisata tersedia berbagai artikel berkaitan dengan kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah DIY. Salah satu artikel yang tersedia dalam fitur tersebut berjudul “Sosialisasi SOP Kesehatan Usaha Jasa Pariwisata DIY”. Aplikasi “Visiting Jogja” juga dilengkapi fitur Instagram dan YouTube yang menghubungkan pengguna ke akun media sosial Instagram dan YouTube resmi Visiting Jogja. Fitur Covid-19 dalam aplikasi “Visiting Jogja” menghubungkan pengguna dengan situs web resmi Pemerintah DIY “Yogyakarta Tanggap Covid-19” dalam menangani Covid-19 Sehingga Pengguna juga dapat mengakses informasi terkait Covid-19 di wilayah DIY. Fitur QRIS dalam aplikasi “Visiting Jogja” memberikan informasi terkait kemudahan dan kelebihan apa saja dari penggunaan sistem QRIS. Fitur Informasi Cuaca menyajikan info cuaca dari beberapa Kabupaten/Kota di wilayah DIY yang bersumber dari BMKG.

Selain mengakses informasi terkait pariwisata di DIY, melalui aplikasi “Visiting Jogja”, pengguna juga dapat melakukan reservasi tiket wisata secara *online*. Terkait hal ini, pengguna perlu mengikuti beberapa langkah sebagai berikut (Visiting Jogja Istimewa, 2020).

- a. Buka aplikasi Visiting Jogja.
- b. Buka tab reservasi atau klik pilihan reservasi tiket di halaman utama.
- c. Isi data diri lengkap, seperti Nama, Nomor Telepon, Email dan NIK.
- d. Masukkan jumlah tiket yang dipesan sesuai kategori.
- e. Lengkapi data jumlah gender di dalam rombongan.
- f. Tunjukkan kode QR reservasi yang tersedia di tab Tiket ke petugas sebelum masuk ke destinasi wisata. Kode QR tersebut juga akan dikirim via email.
- g. Lakukan pembayaran di loket secara tunai / non-tunai.
- h. Tetap patuhi protokol kesehatan selama berwisata.

Kelebihan Aplikasi “Visiting Jogja”

Menurut sebagian besar responden, aplikasi “Visiting Jogja” merupakan aplikasi yang unik. Mereka mengatakan bahwa aplikasi seperti ini masih jarang di Indonesia. Selain itu, seorang responden (A) menambahkan bahwa aplikasi Visiting Jogja cukup komprehensif karena dapat meng-*cover* banyak aspek terkait kegiatan wisata di Yogyakarta. Tabel 2 menunjukkan kelebihan aplikasi “Visiting Jogja” berdasarkan jawaban responden.

Tabel 2. Kelebihan Aplikasi “Visiting Jogja”

No.	Kelebihan Aplikasi Visiting Jogja
a.	Kemudahan reservasi tiket wisata;
b.	Memfasilitasi kegiatan wisata pengguna di Yogyakarta;
c.	Memudahkan pengguna menjangkau tempat-tempat wisata di Yogyakarta;
d.	Fleksibel, efektif, dan efisien.

(Sumber: Analisis Data Wawancara, 2020)

Aplikasi “Visiting Jogja” memungkinkan pengguna untuk melakukan reservasi tiket secara online. Berkaitan dengan situasi pandemi saat ini, hal tersebut memudahkan pemerintah untuk mendata, menjaga, dan meminimalisir kontak langsung. Dari sisi Pengguna, kemudahan reservasi tiket sangat membantu wisatawan, terutama mereka yang berasal dari luar daerah Yogyakarta. Seperti yang dikatakan seorang responden (S), aplikasi ini bermanfaat khususnya saat pandemi. Dia juga menjelaskan bahwa, meskipun mungkin wisatawan lokal akan lebih memilih memesan tiket secara langsung, pemesanan tiket melalui aplikasi secara online akan sangat memudahkan wisatawan dari luar daerah. Beberapa responden lain juga setuju bahwa aplikasi “Visiting Jogja” ini bermanfaat dan membuat proses reservasi tiket wisata di Yogyakarta menjadi lebih mudah dan efektif.

Aplikasi “Visiting Jogja” dapat memfasilitasi kegiatan wisatawan, terutama bagi *family group*. Para Pengguna lebih mudah mendapatkan informasi dan referensi akomodasi hotel, juga tempat-tempat wisata di Yogyakarta karena pada umumnya, wisatawan yang berlibur bersama keluarga seringkali merasa kerepotan dalam memilih tujuan wisata, misalnya saat menentukan tujuan wisata kuliner. Selain wisatawan *family group*, aplikasi “Visiting Jogja” juga dianggap sangat membantu pelaku *solo travelling*. Salah seorang responden asal Bogor (R) mengungkapkan, sebagai wisatawan ia merasa aplikasi ini sangat membantu, khususnya bagi mereka yang gemar menjelajah tempat-tempat wisata *anti-mainstream*. Menurutnya, fitur “*event*” dalam aplikasi “Visiting Jogja” membuat aplikasi ini semakin menarik.

Dalam aplikasi “Visiting Jogja” sudah terdapat fitur *Peta Wisata*. Fitur ini menyediakan informasi tempat-tempat wisata terdekat dari lokasi Pengguna saat itu sesuai kategori yang diinginkan. Responden asal Surabaya (F) mengatakan bahwa aplikasi “Visiting Jogja” memudahkan Pengguna dalam mencari tempat wisata dan Hotel, serta memfasilitasi kegiatan wisata Pengguna di Yogyakarta. Dia menjelaskan hal tersebut disebabkan fitur pada aplikasi yang cukup variatif, contohnya fitur “Desa Wisata”. Fitur tersebut dapat membantu para Pengguna menjangkau tempat-tempat wisata di Yogyakarta dan sekitarnya secara lebih maksimal.

Dengan adanya aplikasi “Visiting Jogja”, Pengguna dari luar daerah yang sedang berwisata di Yogyakarta dapat merencanakan dan menyesuaikan kegiatan wisata, khususnya di masa pandemi. Fitur “Reservasi Tiket Online” menyediakan informasi terkait Harga Tiket Masuk, Kapasitas Pengunjung, serta jumlah pengunjung selama 2 jam terakhir. Berdasarkan informasi-informasi tersebut, Pengguna dapat menyesuaikan dan menimbang faktor keamanan tanpa harus mengecek langsung ke tempat wisata. Responden asal Jakarta (K) yang merupakan seorang mahasiswa, mengungkapkan bahwa melihat pada situasi pandemi saat ini tentunya kita membutuhkan fleksibilitas, salah satunya dalam memilih tujuan wisata. Terkait hal ini, aplikasi “Visiting Jogja” dengan berbagai fitur dan kemudahan yang ditawarkan dapat mendukung kegiatan wisata di Yogyakarta agar menjadi lebih fleksibel, efisien, dan efektif.

Kekurangan Aplikasi “Visiting Jogja”

Hasil wawancara menunjukkan 9 dari 10 responden belum mengetahui dan tentunya belum mengunduh Visiting Jogja di *appstore*. Melihat data jumlah orang yang meng-*install* aplikasi “Visiting Jogja” di Google Playstore, yaitu sekitar 9 ribu pengguna dari 268,5 juta penduduk

Indonesia, maka dapat kita simpulkan bahwa promosi yang dilakukan pemerintah masih belum maksimal. Dari segi performa, salah satu responden (G) mengungkapkan bahwa masih banyak tempat-tempat wisata yang belum terdata dan disertakan dalam aplikasi ini. Hal ini menunjukkan bahwa *data-base* aplikasi “Visiting Jogja” masih perlu dilengkapi. Selanjutnya, beberapa responden juga mengungkapkan kekurangan terkait desain, *interface*, dan fitur-fitur di dalam aplikasi yang menurut mereka masih perlu dikembangkan. Tabel 3 menunjukkan kekurangan aplikasi “Visiting Jogja” menurut para responden secara rinci.

Tabel 3. Kekurangan Aplikasi “Visiting Jogja”

No.	Kekurangan Aplikasi Visiting Jogja
a.	Kurangnya sosialisasi dan promosi aplikasi terhadap masyarakat umum;
b.	Adanya fitur pada aplikasi yang belum aktif;
c.	Tidak tersedianya informasi terkait <i>rate per night</i> penginapan yang terdata di aplikasi;
d.	Kurangnya performa aplikasi saat diakses pengguna.

(Sumber: Analisis Data Wawancara, 2020)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa 9 dari 10 responden tidak tahu, tidak meng-*install*, dan belum pernah menggunakan aplikasi “Visiting Jogja” sebelumnya. Hal ini mengindikasikan bahwa promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata DIY masih perlu ditingkatkan lagi agar semakin banyak orang yang mengetahui aplikasi ini dan tertarik berkunjung ke Yogyakarta. Sebagian besar responden juga menyarankan hal yang sama terkait promosi dan sosialisasi baik kepada masyarakat lokal, nasional, juga internasional. Terdapat beberapa fitur di dalam aplikasi “Visiting Jogja” yang belum aktif sehingga belum bisa digunakan. Misalnya “Tempat Favorit” pada fitur Profil belum bisa digunakan. Selain itu, belum tersedia juga fitur untuk meninggalkan *review* dari Pengguna terhadap suatu destinasi wisata. Salah seorang responden kemudian menyarankan agar fitur-fitur, data dan informasi yang terdapat dalam aplikasi agar selalu *up-to-date*. Responden tersebut juga mengharapkan agar aplikasi “Visiting Jogja” nantinya dapat dihubungkan dengan CCTV di tempat-tempat wisata guna memantau tingkat keramaian disana.

Fitur Akomodasi memberikan banyak rekomendasi hotel dan penginapan yang ada di Yogyakarta. Setiap hotel dan penginapan memiliki informasi detail mengenai gambaran umum dan keunikan hotel tersebut. Mulai dari informasi terkait jenis dan fasilitas kamar, restoran, serta atraksi dan kegiatan yang bisa dilakukan oleh tamu. Namun, belum ada informasi *rate* harga per malam di setiap hotel dan penginapan yang terdata di aplikasi. Padahal, informasi tersebut merupakan salah satu informasi yang penting bagi wisatawan.

Hal ini sangat disayangkan oleh salah satu responden (R) karena wisatawan sangat membutuhkan informasi tersebut dalam merencanakan dan memutuskan kegiatan liburan mereka. Beberapa fitur di aplikasi “Visiting Jogja” saat diakses Pengguna tidak merespon dengan cepat, misalnya fitur “Oleh-Oleh” dan “Peta Wisata” yang seringkali membutuhkan proses *loading* cukup lama. Terkait hal ini, beberapa responden mengungkapkan bahwa aplikasi ini cukup lamban saat diakses.

Peran aplikasi “Visiting Jogja” dalam mengembalikan kepercayaan wisatawan untuk berwisata ke Yogyakarta

Mengingat Yogyakarta sangat identik dengan pariwisata, tidak heran jika masa *new normal* menjadi kesempatan bagi kota ini untuk kembali membuka destinasi wisata. Pembukaan Kembali destinasi-destinasi wisata ini perlu ditunjang kepercayaan calon wisatawan akan faktor keamanan berbagai destinasi terkait di Yogyakarta. Melalui fitur-fitur yang tersedia di dalamnya, aplikasi “Visiting Jogja” mampu untuk mengembalikan kepercayaan wisatawan untuk berwisata di Jogja, khususnya selama masa pandemi. Tabel 4 menunjukkan peran aplikasi “Visiting Jogja” dalam mengembalikan kepercayaan wisatawan menurut responden.

Tabel 4. Peran Aplikasi “Visiting Jogja”

No.	Kelebihan Aplikasi Visiting Jogja
a.	Membantu Pengguna merencanakan kegiatan wisata di Yogyakarta
b.	Membantu Pengguna menghindari keramaian di tempat wisata
c.	Meningkatkan intensitas Pengguna untuk berwisata lagi ke Yogyakarta

(Sumber: Analisis Data Wawancara, 2020)

Salah satu kegiatan wisata yang seringkali dilakukan wisatawan adalah mengunjungi destinasi wisata lokal. Wisatawan perlu membeli tiket masuk untuk dapat menikmati destinasi wisata yang dituju. Umumnya, pembelian tiket wisata ini dilakukan di loket-loket yang disediakan oleh pihak pengelola destinasi wisata. Fitur-fitur aplikasi “Visiting Jogja”, khususnya fitur reservasi tiket dengan sistem QR code, serta sistem pembayaran tunai dan non-tunai memungkinkan calon wisatawan untuk memesan tiket berbagai destinasi wisata di Yogyakarta bahkan sebelum mereka tiba di tempat wisata terkait. Hal ini tentu memudahkan calon wisatawan dalam merencanakan kegiatan wisata mereka di Yogyakarta, khususnya di masa pandemi, karena mereka tidak perlu antri dan berdekatan dengan wisatawan lain untuk membeli tiket sebelum masuk ke destinasi wisata yang mereka tuju.

Aplikasi “Visiting Jogja” juga membantu pelaku wisata di Yogyakarta dalam menghindari kerumunan untuk menekan pandemi. Melalui aplikasi ini, Pengguna secara langsung dapat mengetahui tingkat keramaian di setiap destinasi wisata yang terdata. Pengguna bisa melihat jumlah wisatawan yg berada di lokasi wisata dalam 2 jam terakhir melalui aplikasi “Visiting Jogja”, sehingga Pengguna bisa memantau dan menimbang sebaiknya berwisata di tempat wisata yang tidak terlalu ramai. Terkait hal ini, seorang responden mengungkapkan bahwa ketika bepergian pada masa pandemi, memang sebaiknya menghindari tempat-tempat yang ramai. Sehingga melalui aplikasi “Visiting Jogja” ini pengguna dan wisatawan akan lebih mudah dalam memantau dan menemukan tempat wisata yang sepi pengunjung.

Tersedianya aplikasi “Visiting Jogja” dianggap seorang responden dapat membantu memberikan *assurance* bagi pengguna dan wisatawan yang ingin berwisata di Yogyakarta. Hal ini didukung responden lain, yang setuju bahwa “Visiting Jogja” dapat memberikan rasa aman dan

menimbulkan rasa percaya diri Pengguna untuk mengunjungi tempat-tempat wisata di Yogyakarta, khususnya dari. Dari sini dapat dilihat bahwa aplikasi ini dapat membantu meningkatkan intensitas Pengguna untuk berwisata lagi ke Yogyakarta. Terkait hal ini, aplikasi “Visiting Jogja” menunjukkan dampak positif selama masa percobaan (16/8/2020), sebelum akhirnya resmi di-*launching* pada tanggal 27 Agustus 2020. Wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta hampir mencapai angka 49.000 selama penerapan masa percobaan aplikasi ini (Humas Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, 2020).

Selain yang telah diuraikan sebelumnya, Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika DIY mengungkapkan bahwa aplikasi “Visiting Jogja” berperan untuk memonitor Pengunjung di objek-objek wisata DIY (Humas Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, 2020). Sehingga, melalui aplikasi ini pemerintah DIY berupaya meyakinkan wisatawan untuk kembali berwisata ke Yogyakarta guna membangun kembali perekonomian yang sebelumnya terpuruk akibat pandemi. Pemanfaatan TIK terhadap sektor yang paling berpengaruh di Yogyakarta ini (sektor pariwisata), menunjukkan bahwa Yogyakarta merupakan Kota yang sudah memanfaatkan *system smart city* terhadap sektor pariwisata. Oleh karena itu, *system “smart tourism city”* pada aplikasi “Visiting Jogja” menjadi salah satu alternatif penyelesaian masalah perekonomian yang terjadi di wilayah DIY pada masa pandemi Covid-19 ini.

Kepala Dinas Pariwisata DIY, Singgih Raharjo mengatakan, aplikasi “Visiting Jogja” nantinya akan dikembangkan menjadi kebijakan satu data pariwisata DIY secara bersama. Melalui fitur-fitur yang menyediakan informasi berbagai tempat wisata di wilayah Jogja yang cukup luas, wisatawan akan mendapatkan banyak referensi sehingga dapat melakukan perencanaan wisata yang lebih matang. Misalnya, calon wisatawan dapat merencanakan untuk mengunjungi lebih dari satu atau dua tempat wisata dalam satu hari yang lokasinya berdekatan dengan melakukan reservasi tiket secara online melalui aplikasi. Beberapa responden menambahkan bahwa hal utama yang mempengaruhi kunjungan ulang wisatawan adalah *first experience* mereka saat mengunjungi tempat wisata via aplikasi “Visiting Jogja” itu sendiri. Oleh karena itu, selain kemudahan-kemudahan yang ditawarkan melalui aplikasi, kesiapan setiap destinasi untuk memberikan *smart tourism experience* juga berpengaruh terhadap intensitas perilaku wisatawan untuk berwisata kembali ke Yogyakarta.

Kesimpulan

Aplikasi “Visiting Jogja” adalah sebuah portal informasi yang dikelola Dinas Pariwisata DIY sebagai media informasi mengenai berbagai event, tempat wisata, kuliner, agenda acara dan festival yang di tujukan untuk pengguna atau wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta dan sekitarnya. Melalui fitur-fitur di dalam aplikasi ini, pemerintah DIY juga mempromosikan pariwisata dari semua Kabupaten/Kota yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta, yang meliputi Kabupaten Gunung Kidul, Kabupaten Bantul, Kota Yogyakarta, Kabupaten Sleman, dan Kabupaten Kulon Progo.

Dari hasil wawancara terhadap responden, kelebihan aplikasi “Visiting Jogja” dari sisi pengguna antara lain: (1) Kemudahan dalam reservasi tiket wisata; (2) Memfasilitasi kegiatan wisata

pengguna di Yogyakarta; (3) Memudahkan pengguna untuk menjelajah dan menjangkau tempat-tempat wisata di Yogyakarta; (4) Fleksibel, efektif dan efisien. Sedangkan kekurangan aplikasi ini menurut pengguna antara lain: (1) Kurangnya sosialisasi dan promosi terkait keberadaan aplikasi "Visiting Jogja"; (2) Beberapa fitur di dalam aplikasi masih belum aktif; (3) Belum ada informasi terkait rate harga hotel dan penginapan di fitur Akomodasi; dan (4) Kurangnya performa aplikasi saat diakses pengguna.

Pada implementasinya, aplikasi "Visiting Jogja" dapat memberikan *assurance* bagi wisatawan yang berkunjung ke DIY. Hal ini dimungkinkan mengingat aplikasi ini dapat digunakan untuk memonitor jumlah pengunjung di tempat-tempat wisata berdasarkan keterangan waktu "dalam 2 jam terakhir". *Assurance* ini kemudian dapat memunculkan rasa percaya diri Pengguna untuk mengunjungi lebih banyak tempat-tempat wisata di Yogyakarta. Meskipun demikian, pemerintah juga perlu mempertimbangkan kesiapan setiap destinasi yang terdata di aplikasi "Visiting Jogja" untuk memaksimalkan *smart tourism experience* kepada wisatawan. Hal ini diperlukan karena akan mempengaruhi intensitas perilaku wisatawan untuk berwisata kembali ke Yogyakarta. Selain itu, upaya pemerintah dalam sosialisasi dan promosi aplikasi "Visiting Jogja" kepada masyarakat juga masih perlu ditingkatkan. Terkait hal ini, pemerintah dapat melakukan promosi atau diseminasi informasi dengan memanfaatkan fitur *ads* yang disediakan di berbagai platform media sosial, agar dapat menjangkau calon wisatawan di manapun mereka berada.

Daftar Pustaka

- Aditya, N. R. (2020, July 17). *DIY Punya Jogja Pass dan Visiting Jogja untuk Wisatawan, Apa Itu?* From Kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2020/07/17/101600927/diy-punya-jogja-pass-dan-visiting-jogja-untuk-wisatawan-apa-itu?page=all>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Arnani, M. (2020, March 13). *Timeline Wabah Virus Corona, Terdeteksi pada Desember 2019 hingga Jadi Pandemi Global*. From Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/03/12/113008565/timeline-wabah-virus-corona-terdeteksi-pada-desember-2019-hingga-jadi?page=all>
- Asmiatun, S., Wakhidah, N., & Putri, A. N. (2020). *Penerapan Teknologi Augmented Reality Dan GPS Tracking Untuk Deteksi Jalan Rusak*. Yogyakarta: Deepublish.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DIY. (2020, February 03). *Badan Pusat Statistik Provinsi DIY. Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Udara D.I. Yogyakarta, Desember 2019*, pp. <https://yogyakarta.bps.go.id/pressrelease/2020/02/03/1004/perkembangan-pariwisata-dan-transportasi-udara-d-i--yogyakarta--desember-2019.html>.
- Bayih, B. E., & Singh, A. (2020). Modeling Domestic Tourism: Motivations, Satisfaction and Tourist Behavioral Intentions. *Heliyon*, 1-15.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart Tourism Destinations: Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 377-389.
- Chan, K. (2017, April 3). *What Is A 'Smart City'?* From Expatriate Lifestyle: <https://www.expatriatelifestyle.com/life-and-style/What-Is-A-Smart-City>

- Das, D., & Zhang, J. J. (2020). Pandemic in a smart city: Singapore's COVID-19. *Urban Geography*, 4-7.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman. (n.d.). *Sleman Smart Regency*. From Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sleman: <https://kominfo.slemankab.go.id/slemansmartregency/#:~:text=Adalah%20Kabupayen%20Sleman%20yang%20cerdas,serta%20mendukung%20pembangunan%20yang%20berkelanjutan>
- Easy Nter Global LTD. (2020, 12 20). *5 A's to a Successful and Priceless Destination Vacation*. From Easy Nter Global Ltd: <https://easynterglobal.com.ng/5-as-to-a-successfull-and-priceless-destination-vacation/>
- Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S., & Koo, C. (2015). Smart Tourism Challenges. *Journal of Tourism, Volume XVI, No. 1*, 41-46.
- Hanief, S., & Pramana, D. (2018). *Pengembangan Bisnis Pariwisata dengan Media Sistem Informasi*. Yogyakarta : Penerbit ANDI .
- Hidayat, A. (2017, June 2). *Teknik Sampling Dalam Penelitian (Penjelasan Lengkap)*. From Statiskian: <https://www.statistikian.com/2017/06/teknik-sampling-dalam-penelitian.html>
- Humas Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. (2020, August 18). *Gubernur DIY Akan Luncurkan Dua Aplikasi Wisata*. From Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta: <https://jogjaprov.go.id/berita/detail/8812-gubernur-diy-akan-luncurkan-dua-aplikasi-wisata>
- Hunter, W., Chung, N., Gretzel, U., & Koo, C. (2015). Constructivist Research in Smart Tourism. *APJIS*, 105–120.
- Irsyad, H., Taqwiyam, A., & Wijaya, N. (2018). Smart Tourism Information And Management (Saritem) Kota Palembang Berbasis Android. *Journal of Computer Science and Information Systems*, 23-35.
- Kristiana, Y. (2018). Aplikasi Perjalanan dan Perilaku Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 1-18.
- Lee, P., Hunter, W. C., & Chung, N. (2020). *Sustainability*, 7-15.
- Mamik, D. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Nasrullah, N., Susanty, S., Rusli, M., & dkk. (2020). *Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan & Implementasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Paramita, I. B., & Putra, I. G. (2020). New Normal Bagi Pariwisata Bali di Masa Pandemi Covid-19. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 1-9.
- Pertana, P. R. (2020, April 22). *Yogya Rugi Rp 81 Miliar dari Sektor Wisata*. From detik travel: <https://travel.detik.com/travel-news/d-4986929/yogya-rugi-rp-81-miliar-dari-sektor-wisata>
- Redjeki, S., Faizal, E., Iskandar, E., & dkk. (2018). Framework Pengembangan City Branding Kabupaten Bantul Menggunakan Pendekatan Smart Tourism. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model) Volume 9, Nomor 2*, 79-84.
- Visiting Jogja Istimewa. (2020, August 12). *Panduan Penggunaan Visiting Jogja Apps*. From Visiting Jogja Istimewa: <https://visitingjogja.com/28604/panduan-penggunaan-visiting-jogja-apps/>
- WHO. (2020, July 9). *Coronavirus disease (COVID-19): How is it transmitted?* From World Health Organization (WHO): <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus->

- 2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-how-is-covid-19-transmitted?gclid=Cj0KCQiA7qP9BRCLARIsABDaZziVm9-HJPj9sE_WmiCwXYZKu4NHOQuK-MiZigs5YFUAOAG3ykS908caAvOFEALw_wc
- Wibowo, L. A. (2008). *USAHA JASA PARIWISATA*. Bandung: UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA.
- Wonderful Indonesia. (2020, November 2). Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan . *Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2020*, pp. <https://www.kemenparekraf.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2020>.
- World Health Organization. (2020, November 2). *World Health Organization*. From WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard: <https://covid19.who.int/>