

Analisis Kebutuhan Informasi Wisatawan dalam Pengembangan Desa Wisata Kembangarum di Kabupaten Sleman

Analysis of Tourist Information Needs in the Development of Kembangarum Tourism Village in Sleman Regency

Bambang Sujarwadi

Sekolah Tinggi Multi Media “MMTC” Yogyakarta

Email: bambangganesh7@gmail.com

Abstract

In determining tourist destinations, tourists need detailed and complete information as a consideration in making decisions to visit tourism objects. For this reason, the information officer for the Kembangarum tourism village should convey information to the wider community by using various media, especially online media, so as to meet the high speed of information access and the wide range of information dissemination. The purpose of this study is to determine the information needs of tourists in the development of Kembangarum tourism village in Sleman Regency. This study used a qualitative approach with descriptive methods. The data collected through interviews, observation, documentation, and surveys. The research population consisted of unknown number of tourists visiting the Kembangarum tourism village, so that the determination of the number of sample members followed Slovin's opinion, namely 96 people, and rounded up to 100 people. The sampling technique used accidental sampling. The data analysis used qualitative descriptive analysis and frequency distribution analysis. The results show that there is a gap between the tourist information needs and the availability of information provided by the information officer of the Kembangarum tourism village. The information dissemination of Kembangarum tourism village relies more on face-to-face media (word of mouth) and does not maximize the use of online media or the internet which has high accessibility and a very wide range of information dissemination, so it is one of the reasons that causes in the decrease of the tourist visits to Kembangarum tourism village from 2016 until now.

Key words: *Analysis of Information Needs, Tourist Information Needs, Kembangarum Tourism Village, Development of Tourism village*

Abstrak

Dalam menentukan tujuan wisata, para wisatawan sangat membutuhkan informasi yang rinci dan lengkap sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk berkunjung ke obyek wisata. Untuk itu, pengelola informasi desa wisata Kembangarum seharusnya menyampaikan informasi yang dimiliki kepada masyarakat luas dengan menggunakan berbagai media, terutama media *online*, sehingga memenuhi kecepatan akses informasi yang tinggi dan jangkauan penyebaran informasi yang sangat luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kebutuhan informasi wisatawan dalam pengembangan desa wisata Kembangarum di Kabupaten Sleman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi, dan survey. Populasi penelitian terdiri atas para wisatawan pengunjung desa wisata Kembangarum yang jumlahnya tidak diketahui, sehingga penentuan jumlah anggota sampel mengikuti pendapat Slovin yaitu 96 orang, dan dibulatkan menjadi 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis distribusi frekuensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara kebutuhan informasi wisatawan dengan penyediaan informasi oleh pengelola informasi desa wisata Kembangarum. Penyebaran informasi desa wisata Kembangarum lebih mengandalkan pada media tatap muka (gethok tular) dan kurang memaksimalkan penggunaan media *online* atau internet yang

memiliki aksesibilitas tinggi dan jangkauan penyebaran informasi yang sangat luas, sehingga menjadi salah satu penyebab menurunnya kunjungan wisatawan ke desa wisata Kembangarum dari tahun 2016 sampai sekarang.

Kata kunci : Analisis Kebutuhan Informasi, Kebutuhan Informasi Wisatawan, Desa Wisata Kembangarum, Pengembangan Desa Wisata.

PENDAHULUAN

Saat ini informasi sudah menjadi sebuah komoditas yang penting bagi semua golongan masyarakat, termasuk wisatawan yang berguna dalam menemukan obyek-obyek pariwisata yang menarik sesuai dengan kebutuhannya. Dalam pengambilan keputusan, masyarakat menginginkan untuk mendapatkan informasi yang cepat dan tepat.

“Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamsyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam”. (Richardson and Fluker, 2004). Dalam kegiatan pariwisata, informasi obyek wisata merupakan komponen penting bagi wisatawan sehingga penyediaan informasi obyek wisata harus memadai. Dengan penyediaan informasi obyek wisata yang memadai tersebut memungkinkan kepariwisataan dapat hidup dan berkembang karena dapat memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap kebutuhan para wisatawan.

Yogyakarta dikenal sebagai kota perjuangan, pusat kebudayaan, dan pusat pendidikan juga dikenal dengan kekayaan pesona alam dan budayanya. Hingga sekarang Yogyakarta masih tetap merupakan daerah tujuan wisata yang terkenal di Indonesia dan di mancanegara.

Obyek-obyek wisata di Yogyakarta diantaranya candi Prambanan, candi Boko, Keraton Kasultanan Yogyakarta, Kota Tua Kota Gedhe, Makam Raja-raja Mataram, museum-museum, dan adat-istiadat serta kesenian tradisional. Begitu juga dengan potensi keindahan alam Yogyakarta yang sangat mempesona, seperti kawasan Kaliurang dan gunung Merapi, kawasan Nglanggeran, Tahura Bunder, puncak Suroloyo/perbukitan Menoreh, gunung Gambar, pegunungan Karst, Gumuk Pasir, maupun keindahan pantai selatan (pantai Kukup, Baron, Krakal, Siung, Ngrenahan, Sundak, Sadeng, Parangtritis, Goa Cemara, Pandansimo, Glagah dll).

Sampai sekarang masyarakat Yogyakarta masih memegang teguh tatanan kehidupan kebudayaan Jawa dalam kehidupan sehari-hari yang tercermin pada kegiatan adat-istiadat, bahasa, sosial kemasyarakatan, kesenian dan sebagainya. Masyarakat Yogyakarta juga memiliki kepedulian yang kuat dalam menjaga kelestarian alam dan kebudayaannya. Namun demikian Yogyakarta tidak menutup diri terhadap tumbuhnya budaya kontemporer maupun budaya lainnya.

Yogyakarta mendapat sebutan sebagai daerah tujuan wisata terkemuka karena disamping memiliki banyak ragam obyek wisata, juga telah tersedia sarana dan prasarana sebagai penunjang pariwisata seperti akomodasi, restoran/rumah makan, telekomunikasi, tempat hiburan, toko souvenir, dsb. Yogyakarta juga merupakan wilayah yang relatif aman dan

nyaman dengan serta mempunyai karakteristik keramah-tamahan masyarakatnya. Tidak mengherankan jika setiap tahunnya jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang datang terus meningkat.

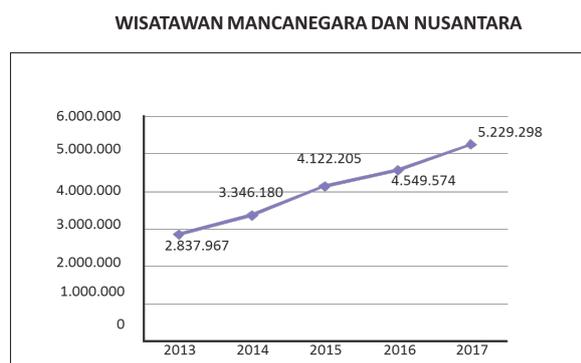
Peningkatan kunjungan wisatawan disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Perkembangan Wisatawan Ke DIY Tahun 2013-2017.

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Mancanegara dan Nusantara	Pertumbuhan (%)
2013	235.893	19,29	2.602.074	50,36	2.837.967	20,24
2014	254.213	7,77	3.091.967	18,83	3.346.180	17,91
2015	308.485	21,35	3.813.720	23,34	4.122.205	23,19
2016	355.313	15,18	4.194.261	9,98	4.549.574	10,37
2017	397.951	12,00	4.831.347	15,19	5.229.298	14,94

(Sumber : Statistik Kepariwisata, Dinas Pariwisata Yogyakarta, 2017)

Untuk memperjelas gambaran perkembangan wisatawan ke DIY tersebut, maka data perkembangan wisatawan disajikan pada grafik di bawah ini.



Gambar 1. Perkembangan Wisatawan Ke DIY Tahun 2013-2017.

Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Sleman Endah Sriwidiastuti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta menginventarisir ada beberapa desa wisata yang

saat ini kondisinya mati suri, yakni Desa Wisata Rejosari di Kecamatan Cangkringan, Desa Wisata Pajangan di Kecamatan Sleman, Trumpon di Tempel, Bangunkerto dan Kembangarum di Turi, Kaliurang Timur di Pakem, Mangunan di Berbah, serta Jantungan Sendari di Mlati. <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/16/11/17/ogshtq284-sejumlah-desa-wisata-di-sleman-mati-suri>.

Desa-desanya wisata tersebut dahulu cukup aktif dan mampu mejadi daya tarik bagi wisatawan, namun sekarang menurun dan bahkan ada yang telah membubarkan diri. Penyebab matinya perkembangan desa wisata tersebut sangat beragam, di antaranya permasalahan internal pengurus maupun ketidakmampuan pembuatan program dan atraksi yang menarik. Kondisi ini sangat disayangkan mengingat beberapa desa justru berpotensi menjadi desa wisata unggulan, misalnya Trumpon yang dulunya terkenal dengan agrowisata perkebunan salak pondoh. (Yuda Manggala Putra, 2019).

Keberadaan desa wisata memang sangat tergantung pada keaktifan pengelola, terutama dalam menggali potensi ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat setempat untuk dikemas menjadi atraksi wisata yang menarik. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mengevaluasi desa

wisata yang saat ini masih ada melalui beberapa indikator, yakni potensi atraksi, kapasitas managerial pengelola, peran serta masyarakat, sarana dan prasana, pemasaran dan promosi, aksesibilitas, serta kepemilikan aset. Hasil evaluasi dijadikan dasar pengklasifikasian desa wisata dalam tiga bentuk, yakni desa wisata tumbuh, berkembang, dan mandiri. Desa wisata yang mati suri, akan dibina dan dibangkitkan lagi, karena dasar utama kehidupan desa wisata adalah peran aktif masyarakatnya. (Yuda Manggala Putra, 2019).

Permasalahan yang terjadi pada obyek desa wisata diantaranya adalah akses informasi yang masih terbatas, sehingga menimbulkan kesenjangan informasi. Untuk mengatasi kesenjangan informasi yang terjadi, maka kebutuhan informasi wisatawan harus dipenuhi. "Kebutuhan informasi muncul karena adanya *gap* (kesenjangan informasi) antara informasi yang dimiliki oleh seseorang dengan informasi yang seharusnya dimiliki oleh orang tersebut untuk mendukung kegiatan sehari-hari". (Kuhlthau, 1991: 361-370)

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dibangun asumsi bahwa terdapat beberapa desa wisata yang mati suri, termasuk Desa Wisata Kembangarum yang diakibatkan oleh kurangnya informasi masyarakat terhadap obyek desa wisata tersebut, dan hal ini disebabkan oleh kebutuhan informasi masyarakat yang tidak terpenuhi karena penyediaan informasi oleh pengelola obyek desa wisata yang masih terbatas.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis kebutuhan informasi wisatawan dalam pengembangan desa wisata Kembangarum di kabupaten Sleman.

KAJIAN PUSTAKA

Karakteristik pengguna informasi merupakan komponen yang sangat penting dalam melakukan analisis kebutuhan informasi, karena karakteristik yang dimiliki oleh setiap individu akan mempengaruhi kebutuhan informasi individu tersebut. "Beberapa karakteristik pengguna yang terlibat dalam proses analisis kebutuhan informasi, yaitu: a) jenis kelamin; b) usia; c) jenis pekerjaan; dan d) tempat tinggal". (Nicholas, David : 2000)

Menurut Wilson (2000), disebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang mewujudkan kebutuhan informasi ke dalam bentuk perilaku informasi. Faktor-faktor tersebut berkaitan dengan karakteristik individu ketika merasakan adanya kebutuhan informasi yang harus dipenuhi. Setelah memiliki kebutuhan informasi selanjutnya individu akan melakukan aktifitas untuk mencari informasi tersebut. Beberapa hal yang mempengaruhi perilaku tersebut, yaitu : a) Kondisi Psikologis; b) Demografis; c) Peran Di Masyarakat; d) Lingkungan; dan e) Karakteristik Sumber Informasi.

Tidak terlepas dari karakteristik individu dalam menemukan informasi, Grover dkk (2010) juga mengemukakan bahwa ketika mempelajari mengenai suatu individu, terdapat beberapa karakteristik individu yang memang harus dipertimbangkan yakni: usia, status keluarga, pendidikan serta ekonomi.

Berdasarkan beberapa pendapat dari ahli di atas, dapat dikatakan bahwa terdapat atribut-atribut sosial yang menciptakan suatu karakteristik bagi tiap individu sebagai pengguna informasi, yang nantinya atribut-atribut yang bervariasi tersebut dapat mempengaruhi kebutuhan informasi masing-masing individu.

Karakteristik tersebut yaitu : a) Usia; b) Jenis Kelamin; c) Tempat Tinggal; d) Pekerjaan; dan e) Pendidikan.

Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupannya, penunjang kegiatannya, dan pemenuhan kebutuhannya. Rasa ingin tahu seseorang timbul karena ia ingin selalu berusaha menambah pengetahuannya. Dalam kajian perilaku informasi, informasi merupakan kebutuhan bagi setiap manusia untuk menjawab situasi ketidakpastian yang dihadapinya. Kebutuhan informasi sangat dirasakan ketika seseorang, di dalam dirinya merasakan suatu kondisi kesenjangan (*gap*) mengenai informasi yang harus dipenuhi dan dipuaskan (Wilson, 2000).

Ketika seseorang menyadari bahwa apa yang diketahuinya tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan informasinya, maka timbul keinginan untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut. Terdapat empat jenis kebutuhan terhadap informasi menurut Guha (dalam Syaffril, 2004), yaitu: a) *Current need approach*; b) *Everyday need approach*; c) *Exhaustic need approach*; dan d) *Catching-up need approach*.

Informasi memiliki banyak fungsi dan tidak terbatas pada salah satu bidang atau aspek saja, hanya saja bobot dan manfaatnya berbeda karena disesuaikan dengan kondisi kebutuhannya. Nicholas (2000) menyatakan bahwa fungsi utama dari suatu informasi akan berbeda-beda sesuai dengan peran dan profesi dari suatu individu tersebut. Namun pada dasarnya, seseorang membutuhkan suatu informasi untuk lima fungsi yang luas, di mana nantinya dengan mengidentifikasi kelima fungsi tersebut akan diketahui tujuan seseorang dalam mencari suatu informasi. Kelima fungsi tersebut yakni : a) memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan khusus

(*factfinding*); b) untuk tetap *up to date*; c) penelitian dalam suatu bidang (fungsi penelitian), seorang peneliti dan akademisi adalah orang yang paling mungkin untuk membutuhkan informasi dengan tujuan ini; d) untuk mendapatkan pemahaman latar belakang masalah/topik (fungsi pengarah); serta e) untuk memberikan ide-ide baru atau sebagai stimulus (fungsi stimulus).

Dalam disiplin Ilmu Informasi, kebutuhan akan informasi dikenal dengan istilah *information needs*. Kebutuhan informasi pada individu maupun suatu kelompok, dapat diketahui dengan cara melakukan analisis kebutuhan informasi (*information need assessment*). Analisis kebutuhan informasi merupakan sesuatu hal yang esensial dalam pengembangan layanan pada lembaga informasi, termasuk layanan di bidang pariwisata.

Berkembangnya dunia pariwisata sangat berkaitan dengan penyediaan informasi, karena obyek wisata akan dikenal masyarakat luas jika informasi mengenai obyek wisata tersebut diketahui oleh masyarakat luas khususnya para wisatawan. Ketika akan menyampaikan informasi obyek wisata kepada masyarakat luas atau calon wisatawan sebagai pengguna informasi, maka langkah awal yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi kebutuhan informasi pengguna. Proses identifikasi kebutuhan informasi merupakan proses manajemen yang bertujuan agar lembaga informasi terkait dapat menjalankan perannya dalam melayani segala lapisan masyarakat tanpa terkecuali, serta dapat memenuhi konsep fundamental dalam hal pemasaran, yakni berfokus pada pelanggan (Grover dkk., 2010).

Nicholas (2000) dalam bukunya yang berjudul "*Assessing Information Needs: Tools*,

Technique and Concept for the Internet Age”, mengemukakan sebuah konsep pemikiran dalam melakukan analisis kebutuhan informasi yang dilakukan, dengan tujuan sebagai patokan kebutuhan informasi masyarakat yang nantinya digunakan untuk memantau dan mengevaluasi efektifitas dan kesesuaian layanan informasi yang disediakan dengan apa yang dibutuhkan. Terdapat beberapa kategori yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi, yaitu : a) Subek Informasi; b) Fungsi Informasi; c) Bentuk Informasi; d) Kesadaran akan Informasi; e) Sudut Pandang Informasi; f) Kuantitas Informasi; g) Kualitas Informasi; dan h) Ke *upto-date-an* Informasi.

Hambatan pengguna informasi ketika akan melakukan proses pemenuhan kebutuhan informasinya adalah apabila orang tersebut tidak menyadari akan informasi yang dibutuhkannya. Selain kesadaran informasi, kurangnya waktu yang tersedia, kurangnya pemahaman dalam mengakses informasi, banyaknya biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan informasi tertentu, serta membludaknya informasi yang ada saat ini, juga menjadi penghambat pengguna informasi. Nicholas (2000) mengemukakan beberapa hambatan yang dapat mempengaruhi individu dalam melakukan pemenuhan kebutuhan informasinya, yaitu : waktu, jarak akses informasi, keahlian dalam mengakses informasi, biaya akses informasi, dan *information overload*.

Banyak para ahli mendefinisikan pengertian pariwisata, namun dalam hal ini penulis condong pada pengertian pariwisata menurut Sugiama yang disajikan di bawah ini. “Pariwisata adalah rangkaian aktivitas, dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lain yang ditujukan

untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang. Perjalanan yang dilakukannya hanya untuk sementara waktu saja meninggalkan tempat tinggalnya dengan maksud beristirahat, berbisnis, atau untuk maksud lainnya”. (Sugiama, 2011) Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor Tahun 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, bahwa “wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata dalam jangka waktu sementara”.

Dalam pengertian wisatawan di atas terdapat kata “tempat tertentu”, yang berarti obyek wisata. Salah satu obyek wisata tersebut adalah desa wisata. “Desa Wisata adalah pengembangan dari suatu desa yang memiliki potensi wisata. Desa wisata muncul memiliki potensi atau kekayaan yang layak atau dapat untuk di jual oleh masyarakatnya sendiri. Sedangkan pemrakarsanya adalah penduduk desa itu yang memiliki kemauan untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk desa tersebut”. (Arison, 2010)

Dalam penelitian ini, peneliti mengembangkan kerangka pikir bahwa untuk menentukan keputusan berkunjung ke desa wisata tertentu, maka masyarakat membutuhkan informasi yang rinci dan lengkap tentang desa wisata tersebut sebelum mereka berkunjung. Jika pengelola desa wisata mampu menyediakan informasi yang sesuai dengan kebutuhan informasi yang diharapkan masyarakat, maka kemungkinan besar dapat meningkatkan minat masyarakat berkunjung ke desa wisata tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di desa wisata Kembangarum Kabupaten Sleman, pada tanggal 7-10 Agustus 2019. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data penelitian, yaitu data deskriptif kualitatif dan data deskriptif kuantitatif. Data deskriptif kualitatif diperoleh melalui metode pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap penyediaan informasi desa wisata Kembangarum, sedangkan data deskriptif kuantitatif diperoleh melalui metode pengumpulan data survey terhadap kebutuhan informasi wisatawan, dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner.

Menurut Sugiyono (2015) "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen)". Sedangkan menurut Masri Singarimbun "Survei pada umumnya dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atau populasi untuk mewakili seluruh populasi. Dengan demikian, penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun, 2006)

Menurut Sugiyono (2015) pengertian objek penelitian adalah sebagai berikut: "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Obyek penelitian ini terdiri dari dua aspek yaitu: 1) kebutuhan informasi wisatawan terhadap obyek

desa wisata di lingkungan Kabupaten Sleman; dan 2) penyediaan informasi pada desa wisata "Kembangarum" di kabupaten Sleman.

Moleong (2010: 132) mendeskripsikan "subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian". Berdasarkan pengertian tersebut, subjek penelitian ini adalah para wisatawan desa wisata di lingkungan kabupaten Sleman dan pengelola desa wisata "Kembangarum" di Kabupaten Sleman.

Populasi adalah objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Riduwan, 2005: 54). Populasi merupakan keseluruhan anggota subjek penelitian yang memiliki kesamaan karakteristik. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung di desa wisata di kabupaten Sleman. Sampel adalah sebagai bagian dari populasi. Menurut Suharsimi Arikunto, (2002: 117), sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.

Oleh karena populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{1,96}{0,20} \right]^2$$

$$n = 96 \text{ responden}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai standar daftar luar normal standar bagaimana tingkat kepercayaan (α) 95%.

E = Tingkat ketetapan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya error maksimum secara 20%.

Dari perhitungan di atas dapat diketahui sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden, dibulatkan menjadi 100 orang.

Menurut Sugiyono (2015). "Sampling adalah teknik pengambilan sample". Ada dua macam teknik pengambilan sampel menurut Sugiyono yaitu Random Sampling dan Non Random Sampling. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan metode *accidental sampling*, dimana untuk memperoleh data peneliti menemui subyek yaitu orang-orang yang secara kebetulan dijumpai pada saat berkunjung ke desa wisata, dan peneliti melakukan penelitian hingga mencapai jumlah yang dianggap cukup bagi peneliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan survey. Wawancara dilakukan dengan para pengelola informasi desa wisata Kembangarum untuk mengetahui penyediaan informasi desa wisata, penyebaran informasi, dan media yang digunakan. Observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan terhadap lingkungan desa wisata dan pengelolaan informasi yang sedang dilakukan untuk mengetahui kondisi lingkungan desa wisata dan proses pengelolaan informasi. Sedangkan dokumentasi dilakukan dengan mempelajari sejumlah data kearsipan yang dimiliki yang terkait dengan penyediaan informasi desa wisata dan penyebarannya. Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket langsung yang tertutup karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai dengan dirinya. Angket ini digunakan un-

tuk mengetahui kebutuhan informasi wisatawan terhadap obyek wisata.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2015) pengertian analisis deskriptif adalah "analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi". Data-data yang diperoleh akan disajikan dengan menggunakan teknik deskriptif distribusi frekuensi dengan berbagai teknik penyajian data yang disertai dengan interpretasi data.

Menurut Suharsimi Arikunto (2010), "instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya". Dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah interview guide, kuesioner atau angket, dan checklist. Indikator penyusunan instrumen mengacu pada pendapat Nicolas tentang analisis kebutuhan informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data tentang ketersediaan informasi desa wisata Kembangarum diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Hery Kusriyatmo, pengelola Desa Wisata Kembangarum.

"Untuk melakukan promosi desa wisata Kembangarum ini dari dulu saya tidak menggunakan internet atau website. Ya cuma pakai gethok tular dari mulut ke mulut. Setelah berkunjung ke sini kan mereka terus menyampaikan ke orang lain. Dan ternyata yang datang ke sini cukup banyak. Bahkan desa wisata ini jadi percontohan. Saya juga sering

diundang jadi narasumber di beberapa lokasi desa wisata sampai ke luar Jawa. Saya menularkan pengalaman saya kepada mereka dalam membangun desa wisata. Kalau media lain yang saya pakai ya cuma brosur dan leaflet. Dan kebetulan memang di sini tidak punya tenaga untuk mengelola internet. Sebetulnya desa wisata Kembangarum ini menurun pengunjungnya mulai tahun 2017, karena atraksi wisatanya sudah mulai berkurang. Penyebab berkurangnya atraksi ini karena para pelaku kesenian dan budaya tradisional sudah banyak yang meninggal dan susah mencari penggantinya. Tapi saya juga sudah berpikir untuk mencari atraksi pengganti yang dapat diminati masyarakat.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola serta observasi dan dokumentasi, penyebaran informasi Desa Wisata Kembangarum sejak dulu lebih mengandalkan pada media tatap muka yaitu penyebaran informasi dari mulut ke mulut (mouth of mouth). Dengan menggunakan media penyebaran informasi dari mulut ke mulut tersebut, mereka merasa sudah cukup berhasil menyampaikan informasi kepada masyarakat luas sehingga membuat Desa Wisata Kembangarum menjadi sangat terkenal dan mendapatkan kunjungan wisatawan yang sangat besar.

Media informasi lainnya yang digunakan adalah media cetak yang berupa leaflet dan brosur yang jumlahnya terbatas dan hanya disediakan di lokasi wisata. Iklan dan baleho tidak digunakan dalam penyebaran informasi desa wisata ini. Media elektronik, seperti radio dan televisi pernah juga digunakan sebagai media penyebaran informasi, namun hanya kadang-kadang. Sedangkan media internet atau teknologi informasi dan komunikasi (TIK) tidak banyak dipakai dalam penyebaran informasi desa wisata ini. Media sosial yang dimiliki hanya berupa email

dengan alamat email kembangarum13@gmail.com. Website dan media sosial lainnya tidak dimiliki desa wisata ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola, TIK tidak digunakan dalam penyebaran informasi desa wisata karena tidak memiliki tenaga untuk mengelolanya. Bahkan mereka berharap adanya bantuan atau kerjasama dengan pihak lain untuk mengembangkan TIK di desa wisata tersebut, termasuk kerjasama dengan STMM.

Subjek informasi berkaitan dengan topik informasi yang dibutuhkan wisatawan dan alasan pemilihan topik informasi, serta jenis media informasi yang digunakan. Berdasarkan hasil penelitian sebagian besar wisatawan menyukai topik informasi desa wisata, dan mereka selalu mengikuti perkembangan topik informasi desa wisata. Untuk mendapatkan informasi tersebut, sebagian besar mereka lakukan menggunakan media internet, kemudian menindaklanjutinya dengan mengunjungi obyek desa wisata. Sementara itu, desa wisata Kembangarum tidak menggunakan internet/TIK sebagai media penyebaran informasi yang utama, akan tetapi sampai dengan saat ini penyebaran informasi dari mulut ke mulut masih menjadi metode andalan. Dengan demikian terjadilah kesenjangan antara pihak yang membutuhkan informasi (wisatawan) dengan pihak yang penyedia informasi (Desa Wisata Kembangarum). Menurut Guba dalam (Syafri, 2004) “salah satu jenis kebutuhan terhadap informasi adalah *exhaustic need approach* yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik, dan lengkap”. Untuk itu perlu dilakukan manajemen perubahan pada pengelo-

la informasi Desa Wisata Kembangarum karena adanya perubahan lingkungan, baik ilmu pengetahuan, teknologi, maupun peradaban manusia. Salah satu perubahan yang perlu dilakukan adalah pengelolaan organisasi dengan menerapkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga desa wisata Kembangarum dapat memberikan informasi sesuai dengan harapan dari para wisatawan.

Fungsi informasi sangat bervariasi sesuai dengan peran individu tersebut yang bersifat subyektif dan persepsional. Dalam hal ini fungsi informasi berkaitan dengan pemahaman wisatawan tentang jenis media informasi yang tepat untuk promosi desa wisata, penggunaan media sosial dan media elektronik untuk mencari informasi desa wisata, sumber informasi yang sering digunakan, dan pertimbangan pemilihan sumber informasi. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar wisatawan berpendapat bahwa media informasi yang tepat untuk promosi desa wisata adalah internet dan media sosial. Adapun sumber informasi yang sering digunakan adalah internet, dengan alasan informasi yang dihasilkan lebih lengkap rinci dan jelas. Informasi desa wisata bagi wisatawan merupakan informasi yang penting, sehingga mereka mengharapkan untuk mendapatkan informasi tersebut secara cepat, lengkap, rinci, dan jelas. Mereka berpendapat bahwa internet merupakan media informasi yang mampu memenuhi keinginannya untuk mendapatkan informasi desa wisata secara cepat, lengkap, rinci, dan jelas. Hal itu sesuai dengan pendapat Nicholas (2000), bahwa salah satu fungsi utama informasi adalah “untuk tetap *up to date*”. Dengan demikian maka pengelola desa wisata Kembangarum sudah selayaknya memahami bahwa informasi desa wisata merupakan informasi yang dianggap penting oleh wisatawan, untuk itu pemilihan

media informasi yang tepat dan selalu *update* informasi sangat diperlukan agar informasi desa wisata memiliki fungsi yang maksimal dan memenuhi kebutuhan wisatawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan menyukai bentuk informasi elektronik seperti radio, televisi, dan internet. Adapun alasan menyukai bentuk informasi elektronik adalah lebih mudah mengaksesnya dan lebih mudah mendapatkannya. Menurut Nicholas (2000) “bentuk informasi juga sangat bervariasi sesuai dengan peran individu tersebut. Ada yang menyukai bentuk cetak, elektronik, hingga informasi yang disampaikan secara tatap muka”. Dengan adanya permintaan wisatawan yang menyukai bentuk informasi elektronik yang mengandalkan kecepatan dan kemudahan akses informasi, maka informasi desa wisata Kembangarum yang selama ini mengandalkan bentuk informasi cetak dan tatap muka, akan lebih efektif apabila menggunakan bentuk informasi elektronik.

Sebagian besar wisatawan mengatakan bahwa mereka membutuhkan informasi desa wisata ketika sedang menghadapi masalah yang berkaitan penentuan tujuan wisata, sementara informasi desa wisata yang dimiliki dirasakan masih kurang. Dalam keadaan seperti itu maka tindakan yang mereka lakukan adalah mencari informasi ke berbagai sumber informasi. Menurut Nicholas (2000), “kesadaran informasi menyangkut perasaan individu terhadap pemahaman informasi, kebutuhan informasi, dan tindakan untuk memenuhi kebutuhan informasi”. Melihat kenyataan tersebut, maka desa wisata Kembangarum hendaknya menyediakan informasi dengan berbagai bentuk informasi, dan disebarkan melalui berbagai media informasi. Dengan demikian maka informasi desa wisata

Kembangarum akan memenuhi kebutuhan informasi wisatawan.

Sumber informasi yang dipercaya wisatawan adalah sumber informasi yang berasal dari pakar atau kaum profesional dan informasi dari orang lain yang memiliki masalah yang sama. Menurut Nicholas (2000), “informasi yang ditulis dengan sudut pandang atau perspektif yang berbeda akan memiliki makna yang berbeda pula. Sudut pandang informasi merupakan bagian yang penting dalam penyampaian informasi”. Agar komunikasi berlangsung efektif, maka sudut pandang informasi bagi penyedia informasi harus sama dengan sudut pandang penerima informasi. Untuk mendapatkan kepercayaan informasi dari wisatawan, maka desa wisata Kembangarum hendaknya menulis informasi desa wisata yang melibatkan atau berkolaborasi dengan pakar atau kaum profesional, sehingga informasi desa wisata akan dimaknai yang sama antara pengelola desa wisata dengan wisatawan

Jumlah sumber informasi yang dibutuhkan lebih dari satu sumber informasi, karena dengan menggunakan berbagai sumber informasi maka informasi yang diperoleh akan lebih lengkap dan lebih rinci. Menurut Nicholas (2000), “informasi dikatakan cukup apabila informasi tersebut sudah lengkap dan rinci. Apabila satu informasi sudah cukup lengkap dan rinci, maka tidak perlu mencari informasi yang lainnya. Namun apabila informasi itu belum lengkap dan rinci, maka perlu mencari informasi dari sumber lainnya”. Untuk memenuhi aspek kuantitas informasi tersebut, maka informasi desa wisata Kembangarum perlu dikemas dengan sebaik-baiknya menggunakan berbagai bentuk media dan berbagai sumber informasi.

Informasi yang berkualitas menurut wisatawan adalah informasi yang disampaikan oleh

pakar/ahli dan kualitas informasi merupakan bagian yang sangat perlu diperhatikan ketika menyediakan sebuah informasi. Menurut Nicholas (2000), “kualitas informasi bersifat subyektif. Sumber informasi dari orang yang memiliki otoritas membuat orang percaya pada sumber tersebut dan menganggap informasi tersebut berkualitas”. Berdasarkan hal tersebut, untuk menciptakan informasi desa wisata Kembangarum berkualitas, maka informasi harus dikemas dengan menggunakan statemen dari orang-orang yang memiliki otoritas maupun pakar atau ahli. Dengan demikian maka masyarakat akan menilai bahwa informasi desa wisata Kembangarum yang mereka terima merupakan informasi yang berkualitas, dan jika informasi tidak berkualitas, maka dapat menurunkan kepercayaan publik.

Sebagian besar responden atau wisatawan menyatakan lebih memilih informasi baru karena mereka selalu ingin mengikuti perkembangan informasi. Menurut Nicholas (2000), “pada saat ini telah terjadi banjir informasi atau informasi yang membludak dan tidak bisa dibendung lagi. Fenomena ini membuat informasi memiliki kehidupan yang relatif singkat. Informasi yang datang hari ini ada kemungkinan besok pagi informasi tersebut sudah usang, dan tergantung seseorang apakah mengikuti perkembangan informasi atau mempertahankan informasi lama yang dimilikinya”. Dengan demikian, maka konsekuensinya informasi tentang desa wisata Kembangarum harus sering diperbarui baik tampilan maupun konten sehingga menjadi sebuah informasi baru yang akan diminati wisatawan.

Secara umum, hambatan dalam pemenuhan kebutuhan informasi meliputi: hambatan waktu, jarak akses informasi, keahlian mengakses

informasi, biaya akses informasi, dan informasi yang overload. Hambatan yang dirasakan wisatawan dalam memenuhi kebutuhan informasi adalah akses informasi dan informasi yang *overload*. Akses informasi berkaitan dengan keahlian mengakses informasi dan ketersediaan informasi. Keahlian mengakses informasi berkaitan dengan kualitas peralatan informasi dan kemampuan mengoperasikan peralatan. Berdasarkan hasil penelitian sebagian besar wisatawan memiliki kualitas peralatan informasi dalam kategori tidak canggih atau biasa, sedangkan kemampuan mengoperasikan peralatan pun juga dalam kategori tidak canggih atau biasa. Konsekuensinya bahwa dalam mengemas informasi desa wisata sebaiknya mempertimbangkan kemampuan masyarakat dalam mengakses informasi. Informasi desa wisata sebaiknya dikemas dengan prinsip yang mudah dipahami dan mudah diakses dengan peralatan dan keterampilan yang sederhana serta menggunakan berbagai media informasi. Sedangkan untuk ketersediaan informasi, sebaiknya pengelola desa wisata tidak hanya mengandalkan pengemasan informasi untuk media tatap muka (*gethok tular*) dan media cetak saja, namun juga membuat informasi yang dikemas untuk media internet. Hambatan lain dalam pemenuhan kebutuhan informasi adalah terjadinya banjir informasi atau *overload* informasi. Dengan adanya banjir informasi ini, sebagian besar wisatawan mengatakan sulit untuk membedakan informasi yang benar dengan informasi yang salah. Dan sebagian besar pula menyatakan ingin mendapatkan informasi yang baru dan real. Untuk menghadapi masalah ini maka yang dapat dilakukan oleh pengelola informasi desa wisata adalah menyiapkan tenaga pengelola informasi yang kompeten untuk selalu meng-*update* informasi desa wisata yang lengkap dan rinci dengan berbagai potensi dan

atraksi wisata yang dimiliki, serta menggunakan media penyebaran informasi yang memiliki kecepatan akses tinggi dan jangkauan penyebaran informasi yang luas, yaitu internet.

Pengembangan desa wisata Kembangarum dapat dilakukan dengan baik jika kebutuhan informasi wisatawan tentang desa wisata dapat terpenuhi, karena dengan terpenuhinya kebutuhan informasi tersebut masyarakat akan semakin memahami potensi dan atraksi wisata sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke desa wisata Kembangarum. Kenyataan yang terjadi, pengelola desa wisata Kembangarum belum mampu memenuhi kebutuhan informasi wisatawan, karena metode penyebaran informasi masih mengandalkan metode tradisional tatap muka (*gethok tular*) yang tentu saja kecepatan dan jangkauan akses informasi rendah. Informasi desa wisata yang dikemas melalui media cetak juga masih sederhana, dan hanya berupa leaflet dan brosur. Informasi untuk media internet belum dikelola dengan baik, karena memang tidak punya tenaga pengelola yang menguasai teknologi informasi dan komunikasi (TIK).

SIMPULAN

Pada bagian kesimpulan ini ditulis mengikuti alur permasalahan yang dimulai dari kebutuhan informasi, penyediaan informasi, dan pemenuhan kebutuhan informasi.

Kebutuhan Informasi

Secara empiris wisatawan menyukai topik informasi desa wisata, dan mereka selalu mengikuti perkembangan topik informasi desa wisata. Untuk mendapatkan informasi tersebut, mereka menggunakan media internet, dengan alasan lebih mudah mengaksesnya dan lebih mudah mendapatkannya.

Sebagian besar wisatawan membutuhkan informasi desa wisata, sementara informasi desa wisata yang dimiliki dirasakan masih kurang. Tindakan yang mereka lakukan adalah mencari informasi ke berbagai sumber informasi yang berasal dari pakar atau kaum profesional dan informasi dari orang lain yang memiliki masalah yang sama agar lebih lengkap dan lebih rinci.

Sebagian besar wisatawan menyatakan bahwa informasi yang berkualitas adalah informasi yang disampaikan oleh pakar/ahli, dan mereka memilih informasi baru karena mengikuti perkembangan jaman. Hambatan dalam pemenuhan kebutuhan informasi meliputi: hambatan waktu, jarak akses informasi, keahlian mengakses informasi, biaya akses informasi, dan informasi yang overload.

Penyediaan Informasi

Dalam penyebaran informasi, pengelola informasi desa wisata Kembangarum mengandalkan pada media tatap muka yaitu penyebaran informasi dari mulut ke mulut (mouth of mouth). Dengan menggunakan media penyebaran informasi dari mulut ke mulut tersebut, mereka merasa cukup berhasil menyampaikan informasi kepada masyarakat luas sehingga membuat desa wisata Kembangarum menjadi sangat terkenal dan mendapatkan kunjungan wisatawan yang sangat besar.

Media informasi lainnya yang digunakan adalah media cetak yang berupa leaflet dan brosur yang jumlahnya terbatas dan hanya disediakan di lokasi wisata. Iklan dan baleho tidak digunakan dalam penyebaran informasi desa wisata ini. Media elektronik, seperti radio dan televisi pernah juga digunakan sebagai media penyebaran informasi, namun hanya kadang-kadang. Sedangkan media internet

atau teknologi informasi dan komunikasi (TIK) tidak banyak dipakai dalam penyebaran informasi desa wisata ini. Media sosial yang dimiliki hanya berupa email dengan alamat email kembangarum13@gmail.com. Website dan media sosial lainnya tidak dimiliki desa wisata ini.

Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Dalam hal pemenuhan kebutuhan informasi telah terjadi kesenjangan antara pihak yang membutuhkan informasi atau wisatawan dengan pihak yang menyediakan informasi atau desa wisata Kembangarum. Pengelola Desa Wisata Kembangarum mulai menyadari permasalahan ini, oleh karena itu mereka akan mengelola organisasi dengan menerapkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga desa wisata Kembangarum dapat memberikan informasi sesuai dengan harapan dari para wisatawan.

SARAN

Saran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengelola informasi desa wisata Kembangarum perlu menggunakan internet agar informasi desa wisata dapat diterima wisatawan secara cepat, lengkap, rinci, dan jelas.
2. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman sebaiknya memberikan bimbingan kepada pengelola informasi desa wisata Kembangarum tentang pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam penyebaran informasi desa wisata kepada masyarakat luas.
3. Pengelola informasi desa wisata Kembangarum perlu mengemas informasi desa wisata dengan berbagai bentuk media dan berbagai sumber informasi yang lengkap dan rinci agar kuantitas informasi terpenuhi.

4. Dalam menciptakan informasi desa wisata Kembangarum yang berkualitas, maka pengelola informasi harus mampu mengemas informasi dengan menggunakan pendapat orang-orang yang memiliki otoritas maupun pakar atau ahli.
5. Pengelola desa wisata Kembangarum sebaiknya melakukan kerjasama dengan perguruan tinggi di sekitarnya untuk melakukan pengelolaan informasi yang berbasis TIK, sehingga penyebaran informasi akan lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aat Ruchiat Nugraha. (2017). Model Komunikasi Pariwisata yang Berbasis Kearifan Lokal (Studi Deskriptif Kualitatif di Wilayah Lembang Kabupaten Bandung Barat) <https://www.researchgate.net/publication/321217543>.
- Arison, A. (2001). *Desa Wisata*. Jakarta: PT SUN
- Agus Utantoro. (2016). Sejumlah Desa Wisata di Sleman Mati Suri. Diambil dari <https://mediaindonesia.com/read/detail/78094-sejumlah-desa-wisata-di-sleman-mati-suri>.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Alexander Aprita. (2019). Bertambah Signifikan Desa Wisata di Sleman. Diambil dari <http://jogja.tribunnews.com/2019/03/13/>
- Bungin, Burhan. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Gajah Mada
- Effendy, Onong Uchjana. (2002). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja
- Grover, Robert J. dkk. (2010). *Assessing Information Needs: Managing Transformative Library Services*. California: Libraries Unlimited.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). "On the use of the media for important things". *American Sociological Review*, 38, 164-181.
- Kuhlthau, C. C. (1991). Inside the search process: Information seeking from the user's perspective. *Journal of the American Society for Information Science*.42(5), p.361-371. Tersedia pada [faculty.washington.edu /.../INFO310/ Kuhlthau.pdf](http://faculty.washington.edu/.../INFO310/Kuhlthau.pdf)
- Leckie, G.J., Pettigrew, K.E., & Sylvain, C. (1996). Modeling the information seeking of professionals: a general model derived from research on engineers, health care professionals and lawyers. *Library Quarterly*, 66(2) p.161-193. Tersedia pada www.informationr.net/ir/10-1/paper208.html
- Masri Singarimbun. (2006). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES
- Moleong. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Narendra Aulia Deanawa. (2017). Analisis Kebutuhan Informasi (*Information Need Assesment*) Lansia di Kota Surabaya. Diambil dari [http://journal.unair.ac.id/LN @analisis-kebutuhan-informasi-\(information-need-assessment\)-lansia-di-kota-surabaya-article-10824-media-136-category-8.html](http://journal.unair.ac.id/LN/@analisis-kebutuhan-informasi-(information-need-assessment)-lansia-di-kota-surabaya-article-10824-media-136-category-8.html)
- Nicholas, David. (2000). *Assessing Information Needs: Tools, Techniques and Concepts for the Internet age*, 2nd edn. London: Aslib

- Notoatmodjo, Soekidjo. (2003). *Pendidikan dan Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta
- Okoroma, Francisca Nwakaego. (2014). Information repackaging to target groups for a fee: A strategic plan. (online). Vol. 3, No. 5. (<http://www.sciencepublishinggroup.com/j/edu>). Diakses 26/4/2015.
- Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian. (1995). *Metode Penelitian Survey*, Edisi Revisi. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES
- Sugiyama, A. Gima. (2013). *Manajemen Aset Pariwisata: Pelayanan Berkualitas Agar Wisatawan Puas dan Loyal*. Guardaya Intimarta. Bandung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung : Alfabeta
- Suharto, Edi. (2006). *Welfare State*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada
- Suyanto, Bagong & Sutinah. (2011). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana
- Syaffril, Muhammad. (2004). *Perilaku Pencarian Informasi Melalui Koleksi Surat Kabar untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi: Studi Deskriptif Tentang Perilaku Pencarian Informasi Melalui Koleksi Surat Kabar untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi Mahasiswa di Perpustakaan UNISBA*. Tidak diterbitkan.
- Wilson, T. D. (1997). Information Behaviour: An Interdisciplinary Perspective. *Information Processing and Management*, 33(4), p.551-572. tersedia pada informationr.net/tdw/publ/infbehav/cont.html
- Yoeti, Oka A, (2008). *Ekonomi Pariwisata : Introduksi, Informasi dan Aplikasi*. Jakarta: Kompas
- Yuda Manggala Putra. (2019). *Sejumlah Desa Wisata Sleman Mati Suri*. Diambil dari www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/16/11/17/
- Yusuf, Pawit M. (2010) *Teori dan Praktis Penelusuran Informasi: Informasi Retrieval*. Jakarta: Prenda Media Group
- Yusniar Dwi Ratnasari. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jepara dalam meningkatkan jumlah pengunjung Pantai Tirta Samudra*. Diambil dari *eJournal Ilmu Komunikasi*, 2013, 1 (3) <https://media.neliti.com/media/publications/198118-none.pdf>
- <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/16/11/17/ogshtq284-sejumlah-desa-wisata-di-sleman-mati-suri>