

**MANAJEMEN KOMUNIKASI PARIWISATA RELIGI
MASJID JOGOKARIYAN YOGYAKARTA**



Oleh:

Arina Rahmatika

NIM: 17202010010

TESIS

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Diajukan kepada Program Studi
Magister Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk memenuhi salahsatu syarat guna memperoleh
Gelara Magister Sosial

YOGYAKARTA

2019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230
<http://dakwah.uin-suka.ac.id>, email: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR/TESIS
Nomor: 482/Un.02/DD/PP.009/07/2019

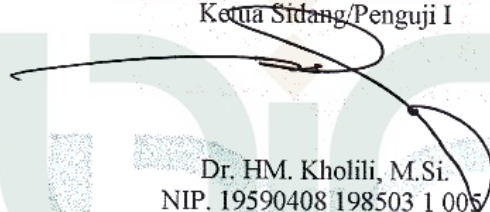
Tugas Akhir dengan judul : Manajemen Komunikasi Pariwisata Religi Masjid
Jogokariyan Yogyakarta

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :
Nama : Arina Rahmatika
Nomor Induk Mahasiswa : 17202010010
Telah diujikan pada : Selasa, 23 Juli 2019
Nilai Ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

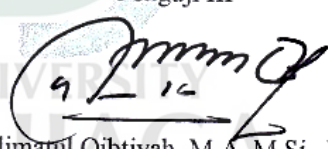
Ketua Sidang/Penguji I


Dr. HM. Kholili, M.Si.
NIP. 19590408 198503 1 005

Penguji II


Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 19600905 198603 1 006

Penguji III


Alimatul Qibtiyah, M.A, M.Si., Ph.D.
NIP. 19710919 199603 2 001


Yogyakarta, 23 Juli 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan




Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310 198703 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230
<http://dakwah.uin-suka.ac.id>, email: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR/TESIS
Nomor: 482/Un.02/DD/PP.009/07/2019

Tesis berjudul : Manajemen Komunikasi Pariwisata Religi Masjid
Jogokariyan Yogyakarta

yang disusun oleh :

Nama : Arina Rahmatika
NIM : 17202010010
Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Tanggal Ujian : Selasa, 23 Juli 2019

telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Sosial

Yogyakarta, 23 Juli 2019

Dekan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
NIP. 19600310-198703 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arina Rahmatika
NIM : 17202010010
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa tesis saya yang berjudul: Manajemen Komunikasi Pariwisata Religi Masjid Jogokariyan Yogyakarta adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 17 Juli 2019



Arina Rahmatika
17202010010

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini penulis persembahkan untuk :

- Secara khusus dan paling utama adalah kepada kedua orangtua penulis, Abah dan Ummi, yang telah memberikan kasih sayang, semangat dan doa yang tiada henti-hentinya dalam keadaan apapun.
- Almamaterku tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Muslim tanpa masjid, seperti beragama tanpa berilmu.

(Kuntowijoyo)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Syukur *Alhamdulillah*, penulis panjatkan kehadiran Allah Swt., Tuhan yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada semua makhluk di bumi ini. Shalawat serta salam, *Allahumma sholli 'ala Muhammad*, senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang istiqomah di jalan-Nya. Amin.

Atas berkat limpahan rahmat-Nya, penulis masih diberi kesempatan untuk menghirup udara di bumi ini, kesehatan serta kekuatan untuk menyelesaikan tesis ini dan tentunya tidak akan selesai tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada;

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Nur Jannah, M.Si
3. Ketua Program Studi Magister Komunikasi Penyiaran Islam dan Dosen Pembimbing Tesis, Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil, penulis mengucapkan terimakasih atas bimbingan dan arahan sehingga tesis ini terselesaikan.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Alimatul Qibtiyah, S.Ag, M.Si, Ph.D
5. Dosen, karyawan dan staf Tata Usaha Magister Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah memberikan banyak ilmu bermanfaat.
6. Takmir Masjid Jogokariyan, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan wawancara.
7. Sahabat-sahabat yang telah mendengarkan keluh kesah dan memberikan motivasi kepada penulis.
8. Teman-teman Magister Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

9. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. *Jazakumullah Khoiron Jaza'*.

Akhirnya peneliti hanya mampu mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung. Akhir kata, peneliti meminta maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan tesis ini. Harapan penulis, semoga tesis ini dapat bermanfaat untuk para pembacanya. *Amin ya robbal 'alamin.*

Yogyakarta, 17 Juli 2019

Penulis



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Arina Rahmatika (17202010010) “MANAJEMEN KOMUNIKASI PARIWISATA RELIGI MASJID JOGOKARIYAN”. Tesis. Prodi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2019.

Wisata religi telah menarik wisatawan dari seluruh dunia untuk melakukan perjalanan wisata yang berkaitan agama bahkan menawarkan wisata pengalaman rohani melalui budaya yang berkembang di masyarakat. Berbagai prestasi yang diraih Masjid Jogokariyan memperlihatkan bahwa Masjid Jogokariyan mampu menjadi masjid dengan bidang manajemen terbaik sehingga mampu mandiri secara ekonomi. Hal ini kemudian menginspirasi komunitas muslim dari dalam ataupun luar Yogyakarta untuk menimba ilmu dan pengalaman melalui studi banding bahkan menjadikan Masjid Jogoakriyan sebagai objek wisata religi. Untuk menunjang perkembangan wisata religi, maka dibutuhkan komunikasi sebagai bentuk penyebaran informasi mengenai objek wisata religi.

Teori yang digunakan adalah teori manajemen komunikasi pariwisata. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara dengan informan utama yaitu takmir Masjid Jogokariyan yang bergerak dalam bidang wisata religi, observasi serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis manajemen komunikasi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa wisata religi Masjid Jogokariyan menggunakan tahapan-tahapan manajemen yang memperlihatkan manajemen komunikasi pariwisata religi didalamnya. Adapun tahapan manajemen komunikasi pariwisata yang dilakukan adalah tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Dinamika wisata religi terlihat dari tahap pelaksanaan wisata religi yang terdiri dari pemasaran, aksesibilitas, destinasi dan sumber daya manusia. Dalam pemasaran wisata religi Masjid Jogokariyan menggunakan publikasi, acara, pemberitaan, aksi sosial dan kerjasama dengan berbagai lembaga. Sedangkan dalam aksesibilitas wisata terdapat sarana dan prasarana pendukung serta keamanan dan kebersihan. Destinasi wisata religi juga terlihat dari apa yang dapat dibeli, dilihat dan dilakukan dalam Masjid Jogokariyan. Sedangkan sumber daya manusia wisata berasal dari takmir Masjid Jogokariyan, pemerintah dan masyarakat sekitar. Evaluasi manajemen komunikasi yang dilakukan wisata religi Masjid Jogokariyan berupa evaluasi langsung, evaluasi bulanan dan pengawasan.

Kata Kunci: Manajemen Komunikasi, Wisata Religi, Masjid Jogokariyan

ABSTRAC

Religious tourism has attracted tourists from all over the world to do religious-related travel and even offer tours of spiritual experiences through a culture that develops in the community. Various achievements achieved by the Jogokariyan mosque show that the Jogokariyan Mosque is able to become a mosque with the best management field so that it can be economically independent. This then inspired the Muslim community from inside and outside Yogyakarta to gain knowledge and experience through comparative studies and even made the Jogoakriyan Mosque a religious tourist attraction. To support the development of religious tourism, communication is needed as a form of disseminating information about religious tourism objects.

The theory used is the theory of tourism communication management. The method of this research is descriptive qualitative by collecting data through interviews with the main informants, namely Masjid Jogokariyan takmir which is engaged in religious tourism, observation and documentation. Data analysis techniques use communication management analysis.

The results of this study concludes that the religious tourism of the Jogokariyan mosque uses management stages that show the management communication of religious tourism in it. The stages of tourism communication management are the stages of planning, organizing, implementing and evaluating. The communication management of religious tourism can be seen from the stage of religious tourism implementation which consists of marketing, accessibility, destinations and human resources. In marketing religious tourism the Jogokariyan mosque uses publications, events, news, social action and collaboration with various institutions. Whereas in tourist accessibility there are supporting facilities and infrastructure as well as security and cleanliness. Religious tourist destinations can also be seen from what can be bought, seen and done in the Jogokariyan Mosque. While tourism human resources from the Takmir of the Jogokariyan Mosque, the government and the surrounding community. Evaluation of communication management with evaluation and supervision.

Keyword: Communication Management, Religious Tourism, Jogokariyan Mosque

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRAC	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	10
F. Metode Penelitian.....	21
G. Sistematika Penulisan	28
BAB II: PROFIL MASJID JOGOKARIYAN	
A. Sejarah dan Perkembangan	30
B. Wisata Religi Masjid Jogokariyan	
1. Destinasi	33
2. Aksesibilitas	38
3. Pemasaran	42
4. Kelembagaan.....	44
BAB III: MANAJEMEN WISATA RELIGI MASJID JOGOKARIYAN	
A. Perencanaan Wisata Religi Melalui Strategi Komunikasi	
1. Perencanaan tujuan wisata religi	47
2. Perencanaan pesan	54
3. Perencanaan komunikator	56
4. Perencanaan media.....	62
5. Perencanaan khalayak	63
B. Tahap Pengorganisasian Wisata Religi	
1. Departementalisasi.....	68
2. Staffing tim pelaksana	73
C. Tahap Pelaksanaan Wisata Religi	
1. Pemasaran Wisata Religi	81

2. Aksesibilitas Wisata Religi.....	111
3. Destinasi Wisata Religi	125
4. Sumber Daya Manusia.....	134
D. Tahap Evaluasi dan Pengawasan Wisata Religi	
1. Pengawasan	160
2. Evaluasi	161

BAB IV: PENUTUP

A. Kesimpulan.....	163
B. Saran	165
C. Penutup	168

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

“Bhineka Tunggal Ika” merupakan semboyan bangsa Indonesia, yang lahir dari kondisi masyarakat Indonesia yang beraneka ragam budaya, suku, bahasa dan agama. Ada berbagai agama di Indonesia seperti Islam, Hindu, Budha, Kristen, Katolik dan Konghucu. Dari jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 237.641.326 jiwa, 85,1% diantaranya muslim.¹ Maka tidak heran jika Indonesia diberi julukan sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia.

Islam sebagai agama yang dipeluk mayoritas masyarakat Indonesia, merupakan agama yang *rahmatan lil ‘alamin*² untuk mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh alam. Tetapi hal itu belum sesuai dengan realita di masyarakat karena jika dilihat kondisi umat Islam yang mempunyai berbagai problem seperti pengangguran mencapai 7.024.172 orang³, penggunaan narkoba mencapai 50.178

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹ Badan Pusat Statistik (BPS), diakses dari <http://www.bps.go.id/> pada 19 November 2018

² *Islam Rahmatan lil alamin* artinya adalah memahami al-Qur'an dan Hadis untuk kebaikan semua manusia, alam dan lingkungan. Islam yang dibawa oleh Nabi adalah Islam untuk semua. Islam mengajarkan kasih sayang pada semua makhluk: manusia, binatang, tumbuh-tumbuhan, air, tanah, api, udara dan sebagainya. Lihat Lihat Fuad Jabali, dkk, *Islam Rahmatan lil alamin* (Jakarta:Kementerian Agama:Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, Direktorat Pendidikan Agama Islam, 2011), hlm. 42

³ “Angka Pengangguran 2012-2016”, dalam Buku Pintar Kompas 2016, (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2017), hlm. 404

jiwa⁴, kasus koruptor mencapai 518 orang⁵, bahkan Indonesia menduduki peringkat 90 negara bersih dari 168 negara⁶.

Berbagai problem yang terjadi dikarenakan potensi yang dimiliki umat Islam belum dimanfaatkan secara optimal. Salah satunya adalah adanya masjid yang belum difungsikan secara optimal. Padahal, seharusnya masjid menjadi pionir dalam gerakan dakwah dan menjadi pionir dalam perubahan masyarakat agar menjadi lebih baik. Terlebih jumlah masjid dan mushala di kota-kota besar di Indonesia terus mengalami perkembangan.⁷

Ketua Umum Dewan Masjid Indonesia (DMI) Jusuf Kalla menyebut hingga tahun 2018, Indonesia memiliki 800 ribu masjid dan mushala.⁸ Tidak hanya jumlah masjid yang meningkat, namun keterlibatan masyarakat muslim juga meningkat seiring dengan aspirasi yang dimiliki masyarakat akan keberadaan dan kegiatan masjid lebih beragam.

Departemen Kaderisasi Pemuda PP DMI bekerjasama dengan Merial Institute melakukan survei terhadap masyarakat muslim di Indonesia, menemukan temuan bahwa masyarakat muslim memang tampak lebih banyak beribadah di masjid. Namun masyarakat membutuhkan variasi kegiatan sosial dan ekonomi di masjid dan berharap masjid dapat dimanfaatkan lebih dari sekadar tempat ibadah shalat

⁴ “Kasus Narkoba 2012-2015”, dalam Buku Pintar Kompas 2016, (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2017), hlm. 439

⁵ “Tindak Pidana Korupsi”, dalam Buku Pintar Kompas 2016, (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2017), hlm. 457

⁶ *Ibid.*,

⁷ *Persepsi dan Aspirasi Generasi Muda Terhadap Masjid: Survei Terhadap Generasi Muda Muslim di 12 Kota Besar*, hasil penelitian, (Jakarta: Merial Institute dan Dewan Masjid Indonesia, 2018)

⁸ *Ibid.*,

seperti menjadi tempat pendidikan dan pelatihan masyarakat serta pusat informasi dan komunikasi bukan menjadi bukti peradaban Islam.⁹

Meningkatnya harapan umat Islam terhadap pengelolaan masjid perlu diapresiasi oleh berbagai pihak, sehingga harapan masyarakat dapat tercapai yaitu umat Islam memakmurkan masjid sekaligus dimakmurkan oleh masjid. Ditengah harapan masyarakat terhadap pengelolaan masjid, Masjid Jogokariyan menjadi pusat perhatian berbagai kalangan. Hal itu dikarenakan Masjid Jogokariyan merupakan masjid yang menerapkan sistem pembangunan masyarakat berbasis masjid.¹⁰

Masjid Jogokariyan berdiri sejak tahun 1966 dan berlokasi di Jalan Jogokariyan No. 36 Mantrijeron, Kota Yogyakarta.¹¹ Berbagai penghargaan yang diraih oleh masjid Jogokariyan, seperti masjid percontohan Daerah Istimewa Yogyakarta,¹² masjid dengan kategori model pemberantasan kemiskinan DIY sejak tahun 1999¹³ dan pada tahun 2016, Kementerian Agama Republik Indonesia menetapkan masjid Jogokariyan sebagai masjid percontohan nasional masjid besar terbaik di bidang manajemen¹⁴.

⁹ *Ibid.*,

¹⁰ Susapto, *Peranan Masjid Jogokariyan Dalam Memberdayaan Masyarakat di Bidang Keagamaan, Pendidikan dan Ekonomi Tahun 2012*, Tesis, (Solo: Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013)

¹¹ "Profile Masjid Jogokariyan", dalam www.Jogokariyan.com. Diakses pada tanggal 23 November 2018

¹² *Ibid.*,

¹³ *Ibid.*,

¹⁴ "Kemenag Beri Penghargaan Masjid Percontohan Tingkat Nasional", dalam <https://bimasislam.kemenag.go.id/post/berita/-ini-dia-masjid-masjid-besar-percontohan-nasional-yang-membangankan>. Diakses pada tanggal 23 November 2018

Berbagai prestasi yang diraih masjid Jogokariyan memperlihatkan bahwa Masjid Jogokariyan mampu memajemen masjid dengan baik, sehingga mampu mandiri secara ekonomi. Hal itu dikarenakan Masjid Jogokariyan mempunyai sinergitas dengan masyarakat seperti program pemberdayaan masyarakat sekitar melalui layanan kesehatan pendidikan, kesenian, sosial, ibadah, olahraga dan lain-lain.

Sederet prestasi serta keberhasilan yang diraih Masjid Jogokariyan ini kemudian menginspirasi komunitas muslim dari dalam ataupun luar Yogyakarta untuk menimba ilmu dan pengalaman melalui studi banding. Hal itu terlihat dari jumlah pengunjung yang mencapai 2500 orang perhari saat bulan Ramadhan dan mencapai sekitar 9000 orang pertahun wisatawan yang berkunjung untuk menimba ilmu mengenai manajemen masjid.¹⁵ Oleh karena itu, tidak hanya menjadi tempat studi banding, Masjid Jogokariyan menjadi objek wisata religi dengan tamu dari berbagai daerah maupun luar negeri.¹⁶

Wisata religi adalah salah satu bentuk dari cara lain untuk memasarkan pariwisata baru dengan menghubungkan pariwisata dan kegiatan keagamaan¹⁷ yang bertujuan untuk meningkatkan spiritual dan upaya mendekatkan diri kepada sang pencipta¹⁸. Adapun bentuk-bentuk wisata religi seperti ziarah, mengunjungi

¹⁵ Data Takmir Masjid Jogokariyan pada tanggal 15 Desember 2018

¹⁶ Data Takmir Masjid Jogokariyan pada tanggal 15 Desember 2018

¹⁷ Nyoman S Pendit, *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*, (Jakarta: Pradnya paramit, 1990), hlm. 41

¹⁸ Toto Sucipto, *Wisata Budaya di Jawa Barat*, (Bandung: Balai Kajian Sejarah Dan Nilai Tradisional, 2007), hlm. 5

situs-situs peninggalan suatu agama seperti katedral, kuil, dan masjid atau mengunjungi tempat suci yang dianggap penting bagi kepercayaan seseorang.¹⁹

Seiring dengan perkembangan zaman, wisata religi telah menarik wisatawan dari seluruh dunia untuk melakukan perjalanan wisata yang berkaitan agama. Bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan spiritual saja, namun juga untuk memenuhi kebutuhan rekreasi, pendidikan dan pengenalan budaya.²⁰ Oleh karena itu, wisata religi tidak hanya seputar situs-situs fisik yang berbau religius, namun juga menawarkan wisata pengalaman melalui budaya yang berkembang dalam masyarakat seperti pertunjukan paduan suara, pertunjukan musik, upacara kemasyarakatan dan keagamaan. Untuk menunjang perkembangan wisata religi, maka dibutuhkan komunikasi sebagai bentuk penyebaran informasi mengenai objek wisata religi.

Komunikasi pariwisata adalah proses mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan aksesibilitas, mengkomunikasikan destinasi dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh *stakeholder* pariwisata, termasuk membentuk kelembagaan pariwisata.²¹

Dinamika komunikasi pariwisata yang terjadi di setiap lembaga pariwisata berbeda-beda seperti organisasi Masjid Jogokariyan dengan manajemen yang ada didalamnya. Tentu hal ini menarik diteliti, melihat kejayaan peradaban Islam dimulai dari masjid, oleh karena itu diperlukan komunikasi pariwisata untuk

¹⁹ Nyoman S Pendit, *Ilmu Pariwisata...*, hlm. 41

²⁰ Toto Sucipto, *Wisata Budaya ...*, hlm. 5

²¹ *Ibid.*,

mengoptimalkan peran masjid sebagai pusat pemberdayaan sosial kemasyarakatan umat Islam, baik secara individu, sosial maupun dalam hubungan dengan kehidupan bernegara. Selain itu, penelitian ini belum ada yang membahas terutama mengenai manajemen komunikasi pariwisata dalam suatu organisasi.

Maka dari fenomena ini, penulis ingin mengamati manajemen komunikasi pariwisata di Masjid Jogokariyan Yogyakarta baik dari awal perkembangannya, organisasinya, pelaksanaan wisata religi serta evaluasi atau monitoring seperti faktor-faktor penghambat dan pendukung yang mempengaruhinya.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan utama masalah penelitian ini adalah bagaimana manajemen komunikasi pariwisata religi di Masjid Jogokariyan. Dari rumusan utama diatas kemudian dikembangkan lagi menjadi beberapa pertanyaan utama, yaitu:

1. Bagaimana perencanaan komunikasi pariwisata Masjid Jogokariyan?
2. Bagaimana pengorganisasian komunikasi pariwisata Masjid Jogokariyan?
3. Bagaimana pelaksanaan komunikasi pariwisata Masjid Jogokariyan?
4. Bagaimana evaluasi dan monitoring komunikasi pariwisata Masjid Jogokariyan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini, maka tujuan dan manfaat penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui bagaimana manajemen komunikasi pariwisata religi yang selama ini diterapkan oleh pengurus Masjid Jogokariyan.
- b. Mengetahui hambatan atau kendala-kendala dan pendukung dalam manajemen komunikasi pariwisata religi di Masjid Jogokariyan.

2. Manfaat penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini bermanfaat untuk menambah khasanah bagi studi Komunikasi Penyiaran Islam terutama dalam kajian manajemen komunikasi pariwisata religi di suatu organisasi.
- 2) Penelitian ini merupakan suatu bahan yang dapat digunakan sebagai salah satu acuan bagi penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan pengetahuan tentang bagaimana manajemen pariwisata religi yang hendaknya dapat dijalankan oleh suatu organisasi untuk mengoptimalkan kinerjanya guna mencapai tujuan.

D. Kajian Pustaka

Dalam menyusun tesis ini, peneliti melakukan tinjauan pustaka atas penelitian dan karya ilmiah terdahulu. Maksud dari kajian pustaka adalah agar penulis mengetahui bahwa apa yang diteliti sekarang tidak sama dengan data penelitian dan karya ilmiah sebelumnya.

1. Penelitian yang ditulis oleh Susapto mengenai “Peranan Masjid Jogokariyan Dalam Memberdayakan Masyarakat di Bidang Keagamaan, Pendidikan dan Ekonomi Tahun 2012”²². Penelitian ini membahas mengenai peran yang dilakukan Masjid Jogokariyan dalam memberdayakan masyarakat. Perbedaan penelitian penulis dengan Susapto adalah mengenai objek yang digunakan. Jika penulis menggunakan komunikasi pariwisata, sedangkan Susapto menggunakan peran masjid untuk memberdayakan masyarakat. Persamaan penulis dengan Susapto adalah penggunaan subjek yang digunakan yaitu Masjid Jogokariyan. Adapun hasil dari penelitian Susapto adalah Masjid Jogokariyan telah melakukan usaha-usaha nyata untuk memberdayakan masyarakat dalam bidang keagamaan, pendidikan dan ekonomi, meskipun belum mencapai tingkat ideal.
2. Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Khoirul Huda mengenai “Pengaruh Masjid Jogokariyan Terhadap Perubahan Sosial Keagamaan Masjid Jogokariyan 2000-2010”²³. Penelitian ini membahas mengenai perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat Jogokariyan dalam aspek sosial keagamaan. Perbedaan penelitian penulis dengan Muhamamd Khoirul Huda adalah mengenai objek yang digunakan. Jika penulis menggunakan komunikasi pariwisata, sedangkan Muhamamd Khoirul Huda menggunakan

²² Susapto, *Peranan Masjid Jogokariyan Dalam Memberdayakan Masyarakat di Bidang Keagamaan, Pendidikan dan Ekonomi Tahun 2012*, Tesis, (Solo: Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013)

²³ Muhammad Khoirul Huda, *Pengaruh Masjid Jogokariyah Terhadap Perubahan Sosial Keagamaan Masjid Jogokariyan 2000-2010*, Skripsi, (Yogya: Fakultas Adab dan Ilmu Budaya, UIN Sunan Kalijaga, 2017)

pengaruh masjid untuk merubah sosial keagamaan masyarakat. Persamaan penulis dengan Muhamamd Khoirul Huda adalah penggunaan subjek yang digunakan yaitu Masjid Jogokariyan. Adapun hasil dari penelitian Muhamamd Khoirul Huda adalah Masjid Jogokariyan berhasil menerapkan strategi-strategi untuk merubah masyarakat menjadi lebih baik.

3. Penelitian yang ditulis oleh Shinta Cahya Utami mengenai “Pengaruh Event Tahunan Masjid Jogokariyan Terhadap Citra Desa Religi di Kampung Jogokariyan Yogyakarta”²⁴. Penelitian ini membahas mengenai citra desa religi dan event tahunan di Masjid Jogokariyan. Perbedaan penelitian penulis dengan Shinta Cahya Utami adalah mengenai objek yang digunakan. Jika penulis menggunakan komunikasi pariwisata, sedangkan Shinta Cahya Utami menggunakan pengaruh event tahunan masjid untuk memberikan citra desa religi. Persamaan penulis dengan Shinta Cahya Utami adalah penggunaan subjek yang digunakan yaitu Masjid Jogokariyan. Adapun hasil dari penelitian Shinta Cahya Utami adalah terdapat pengaruh antara Event Tahunan Masjid Jogokariyan Terhadap Citra Desa Religi di Kampung Jogokariyan Yogyakarta.
4. Artikel yang ditulis oleh Wahyu Panca Hidayat mengenai “*Social Capital: Strategy of Takmir of Jogokariyan Mosque on Developing the*

²⁴ Shinta Cahya Utami, *Pengaruh Event Tahunan Masjid Jogokariyan Terhadap Citra Desa Religi di Kampung Jogokariyan Yogyakarta*, Skripsi, (Yogya: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga, 2017)

Worshippers”²⁵. Penelitian ini membahas mengenai fenomena pemodal Masjid Jogokariyan. Perbedaan penelitian penulis dengan Wahyu Panca Hidayat adalah mengenai objek yang digunakan. Jika penulis menggunakan komunikasi pariwisata, sedangkan Wahyu Panca Hidayat menggunakan analisis modal sosial berdasarkan perspektif Robert D. Putnam. Persamaan penulis dengan Wahyu Panca Hidayat adalah penggunaan subjek yang digunakan yaitu Masjid Jogokariyan. Adapun hasil dari penelitian Wahyu Panca Hidayat adalah fenomena modal sosial di desa Jogokariyan melalui norma-norma, jaringan, dan kepercayaan relevan dengan Masjid sebagai kunci gerakan.

E. Kerangka Teori

1. Manajemen Komunikasi

Manajemen atau pengelolaan dalam pariwisata adalah suatu proses yang dimulai dari proses perencanaan, pengaturan, pengawasan, penggerak sampai dengan proses terwujudnya tujuan.²⁶ Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan merupakan serangkaian kegiatan, yang meliputi fungsi-fungsi manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Dalam hal ini manajemen dalam mengelola pariwisata membutuhkan komunikasi sebagai proses penggunaan berbabagi sumberdaya komunikasi secara terpadu

²⁵ Wahyu Panca Hidayat, *Social Capital: Strategy of Takmir of Jogokariyan Mosque on Developing the Worshipers*, artikel (International Journal of Nusantara Islam, Vol.03 No.02, 2015), hlm.79-86

²⁶ Soewarno Darsoprajitno, *Ekologi Pariwisata: Tata Laksana Pengelolaan Objek dan Daya Tarik Wisata*, (Bandung: Penerbit Angkasa, 2002), hlm.

melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Fungsi manajemen yang diuraikan dari buku *Principles of Management* yang diterjemahkan menjadi dasar-dasar manajemen milik G.R. Terry. Menurut G.R. Terry, manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.²⁷

Selanjutnya G.R. Terry memberikan gambaran yang lebih jelas tentang fungsi manajemen yaitu:²⁸

a. Perencanaan (*Planning*)

Planning atau perencanaan adalah keseluruhan proses dan penentuan secara matang tentang hal-hal yang akan dikerjakan di masa akan datang dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan.²⁹ Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam perencanaan adalah apa yang harus dilakukan dan siapa yang akan melakukannya. Selain itu, perencanaan juga harus mempertimbangkan kondisi, waktu dan situasi yang akan diputuskan akan dilaksanakan.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

²⁷ *Ibid.*,

²⁸ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar...*, hlm. 14

²⁹ AW. Widjaya, *Perencanaan sebagai Fungsi Manajemen*, (Jakarta: Bina Aksara, 1987), hlm. 33

Pengorganisasian adalah kegiatan yang berhubungan dengan mengatur manusia. Langkah pertama dalam pengorganisasian diwujudkan melalui perencanaan dengan menetapkan bidang-bidang atau fungsi-fungsi yang termasuk ruang lingkup kegiatan.

c. Penggerakan (*Actuating*)

Penggerakan adalah tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota suka berusaha untuk mencapai sasaran-sasaran agar sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha organisasi.³⁰ Fungsi *actuating* dapat dikelompokkan ke dalam fungsi ini adalah *directing commanding, leading* dan *coordinating*. Dalam tindakan *actuating*, terjadi juga proses *motivating*, untuk memberikan penggerakan dan kesadaran terhadap dasar dari pada pekerjaan yang mereka lakukan, yaitu menuju tujuan yang telah ditetapkan, disertai dengan memberi motivasi-motivasi baru, bimbingan atau pengarahan, sehingga mereka bisa menyadari dan timbul kemauan. *Actuating* juga berarti mengelola lingkungan organisasi yang melibatkan lingkungan dan orang lain, tentunya dengan tata cara yang baik pula.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Pada dasarnya dalam fungsi pengawasan merupakan proses pengevaluasian untuk menjaga agar seluruh kegiatan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Pengawasan tidak hanya berlangsung pada saat pelaksanaan tetapi juga pada saat perencanaan dan pengorganisasian.

³⁰ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar...*, hlm. 17

Controlling itu penting sebab merupakan jembatan terakhir dalam rantai fungsional kegiatan-kegiatan manajemen.

Dalam hal ini pengawasan berfungsi untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi itu tercapai atau tidak dan mengapa tercapai atau tidak tercapai. Selain itu *controlling* adalah sebagai konsep pengendalian, pemantau efektifitas dari perencanaan, pengorganisasian, dan kepemimpinan serta pengambilan perbaikan pada saat dibutuhkan.

Selanjutnya mengenai unsur-unsur komunikasi dalam penelitian ini menggunakan teori Lasswell. Menurut teori Lasswell, setidaknya dapat dinamakan komunikasi apabila terdapat *Who* (siapa), *Say What* (Mengatakan Apa), *In Which Channel* (Melalui Saluran Apa), *to Whom* (kepada siapa), dan *with what effect* (Menimbulkan efek apa).³¹

Jadi, komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang kepada orang lain dan untuk mencapai tujuan secara efektif, maka setiap unsur dalam proses komunikasi perlu dikelola sedemikian rupa dengan mengaitkan fungsi manajemen, seperti berikut:

³¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hlm. 33

Tabel 1.1
Manajemen Komunikasi

Fungsi Manajemen	Unsur-Unsur Komunikasi				
	Komunikator	Pesan	Media	Khalayak	Efek
Planning	V	V	V	V	V
Organizing	V	V	V	V	V
Actuating	V	V	V	V	V
Controlling	V	V	V	V	V

Tabel diatas memperlihatkan yang harus dilakukan adalah menyusun perencanaan untuk komunikator, pesan, media, khalayak dan rencana pengaruh yang diinginkan. Setelah itu mengorganisasi komuikator, pesan, media dan pengaruh yang diinginkan. Kemudian menggiatkan komuikator pesan, media dan pengaruh yang diinginkan. Tahap terakhir adalah mengawasi komunikator, pesan, pemilihan dan penggunaan media, pemilihan dan penetapan khalayak serta pengaruh yang diharapkan.³²

2. Komunikasi Pariwisata

Burhan Bungin menjelaskan dalam bukunya Komunikasi Pariwisata, komunikasi pariwisata adalah penggabungan kajian komunikasi dan pariwisata, dengan komunikasi menyumbangkan teori komunikasi persuasif, komunikasi massa, interpersonal, dan kelompok. Sedangkan pariwisata menyumbangkan *field* kajian pemasaran, destinasi, aksesibilitas dan Sumber Daya Manusia (SDM) serta kelembagaan pariwisata.³³

³² Suprpto, *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*, (Jakarta: PT. Buku Seru, 2011), hlm.139-140

³³ Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata ...*, hlm.92

Pariwisata memerlukan komunikasi untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan aksesibilitas, mengkomunikasikan destinasi dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh *stakeholder* pariwisata, termasuk membentuk kelembagaan pariwisata.³⁴

Komunikasi juga membantu pemasaran pariwisata dalam media komunikasi maupun konten komunikasi. Media komunikasi sebagai saluran pemasaran, destinasi, aksesibilitas maupun SDM dan kelembagaan pariwisata. Komunikasi juga bisa dilihat dari konten pesan yang disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan, tentang apa yang seharusnya masyarakat atau wisatawan tahu tentang media pemasaran, destinasi, aksesibilitas dan SDM serta kelembagaan pariwisata.³⁵

Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama seperti komunikasi pemasaran pariwisata, brand destinasi, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi transportasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, komunikasi online pariwisata, *public relations* dan MICE serta riset komunikasi pariwisata.³⁶

Dari beberapa bidang kajian komunikasi pariwisata, prinsip manajemen komunikasi menjadi bagian yang penting dilakukan. Kajian ini mengulas mengenai bagaimana manajemen pemasaran, destinasi, aksesibilitas dan

³⁴ *Ibid.*,

³⁵ *Ibid.*,

³⁶ *Ibid.*,

kelembagaan yang meliputi sumber daya manusia dalam pariwisata. Untuk lebih rincinya dapat terlihat dari tabel berikut.

Tabel 1.2
Komunikasi Pariwisata

Pariwisata	Pemasaran	pemasaran, event, pemberitaan, <i>community involvment</i> , <i>Inform</i> atau <i>image</i> , <i>lobbying</i> atau negosiasi, <i>social responbility</i>
	Destinasi	pariwisata melalui daya tarik tontonan (<i>how to see</i>), kegiatan yang bermanfaat (<i>how to do</i>) dan berbelanja (<i>how to buy</i>)
	Aksesibilitas	Sarana dan prasarana
	Kelembagaan	Pemerintah, masyarakat dan organisasi pengelola wisata
Komunikasi	Pengumpulan Informasi	Koordinasi, mekanisme perencanaan dan rutinitas
	Penyebaran informasi	Pemilihan saluran komunikasi (kelompok, persuasif, massa, interpersonal)
	Evaluasi informasi	Mekanisme umpan balik, analisis media dan ukuran efektifitas komunikasi

3. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Manajemen komunikasi dan komunikasi pariwisata diatas digunakan oleh peneliti untuk membentuk pengertian manajemen komunikasi pariwisata. Manajemen komunikasi adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengontrolan unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan komunikasi pariwisata adalah proses penyebaran dan pertukaran informasi pariwisata, baik dalam pemasaran, destinasi, aksesibilitas dan Sumber Daya Manusia serta kelembagaan pariwisata.

Dalam komunikasi pariwisata terdapat empat tipe umum saluran komunikasi. Pertama kelompok, persuasif, massa dan interpersonal.³⁷ Komunikasi interpersonal digunakan sebagai untuk komunikasi antar dua pihak (komunikator dan komunikan) baik secara langsung (tatap muka) ataupun tidak langsung (telepon, chatting). Sedangkan komunikasi massa terjadi karena pihak yang berkomunikasi menyampaikan pesan secara massa dengan menggunakan media cetak ataupun elektronik.³⁸

Komunikasi kelompok atau forum group sebagai bentuk komunikasi yang memadukan interpersonal dengan massa seperti group Whatsapp, rapat, dan lain-lain. Sedangkan komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang. Dari beberapa saluran komunikasi diatas kemudian diidentifikasi dan dipilih oleh komunikator untuk menjadi alat penyampaian informasi yang efektif.³⁹

Beberapa unsur penting yang dapat diambil dari uraian diatas antara lain fungsi manajemen, unsur komunikasi, penyebaran dan pertukaran informasi, organisasi pengelola wisata, serta pencapaian tujuan kegiatan wisata tersebut. Dengan demikian, manajemen komunikasi pariwisata menurut peneliti adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi unsur komunikasi dalam rangka penyebaran atau pertukaran informasi

³⁷ Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata ...*, hlm.92

³⁸ Totok Mardikanto, *Komunikasi Pembangunan*, (Surakarta: UNS Press, 2010), hlm.127-129

³⁹ *Ibid.*,

kedalam maupun keluar organisasi pengelola pariwisata mengenai informasi pariwisata untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam penelitian ini berarti fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan termasuk evaluasi dilakukan oleh pengurus takmir Masjid Jogokariyan. Tentu dengan komunikator anggota takmir tersebut. Pesan yang disampaikan adalah unsur wisata dengan komunikan adalah wisatawan tersebut. Sedangkan umpan balik dilakukan melalui kegiatan yang dibuat oleh takmir Masjid Jogokariyan. Secara rinci, peneliti menjelaskan kerangka pemikiran mengenai manajemen komunikasi pariwisata, sebagaimana berikut.

Tabel 1.3
Manajemen Komunikasi Pariwisata

Tahapan	Definisi	Indikator
WISATA RELIGI		
PEMASARAN	Membangun persepsi masyarakat mengenai sesuatu melalui publikasi, <i>event, news, community involyment, inform</i> atau <i>image, lobbying</i> atau negosiasi, <i>social responbility</i>	Identifikasi komunikator Media yang digunakan Identifikasi khalayak Menentukan tujuan dan merencanakan pesan
AKSESIBILITAS	Prasarana dan sarana penunjang kegiatan wisatawan.	Identifikasi komunikator Media yang digunakan Identifikasi khalayak Menentukan tujuan dan merencanakan pesan
DESTINASI	Pengembangan destinasi pariwisata melalui daya tarik tontonan (<i>how to see</i>), kegiatan yang	Identifikasi komunikator Media yang digunakan Identifikasi khalayak Menentukan tujuan dan

	bermanfaat (<i>how to do</i>) dan berbelanja (<i>how to buy</i>).	merencanakan pesan
KELEMBAGAAN	Institusi pemerintah, masyarakat dan sumber daya manusia yang terkait dengan kepariwisataan.	Identifikasi komunikator Media yang digunakan Identifikasi khalayak Menentukan tujuan dan merencanakan pesan
PROSES-PROSES		
Perencanaan	Pengumpulan informasi termasuk dalam rangka indentifikasi khalayak (target audiens), menentukan tujuan dan merencanakan pesan.	Melakukan penelitian melalui pengumpulan data pada dokumen, wawancara dan pengamatan langsung. Identifikasi tujuan wisata religi, koordinasi dan mekanisme perencanaan serta rutinitas.
Pengorganisasian	Deskripsi mengenai <i>staffing</i> pembentukan tim pelaksana dan seleksi saluran komunikasi.	Pembagian kerja organisasi Pembentukan tim pelaksana Pemilihan media komunikasi yang digunakan dalam wisata religi
Pelaksanaan	Menguraikan proses penyebaran informasi wisata religi dan gambaran kendala serta hambatan.	Pelaksanaan wisata religi bulan Maret sampai dengan April melalui wawancara mendalam didukung laporan-laporan dan data sekunder lainnya.
Evaluasi dan pengawasan	Penjelasan mengenai tindakan yang diambil oleh takmir dalam rangka pengawasan program kerja wisata religi	Mekanisme pengawasan Kebijakan pengawasan Pelaksanaan pengawasan Mekanisme umpan balik Analisis media Ukuran efektifitas komunikasi

4. Wisata Religi

Wisata religi erat kaitannya dengan wisata budaya. Hal itu dikarenakan sebagian wisata situs warisan budaya pada awalnya dibangun karena alasan religius.⁴⁰ Hal ini diperkuat dengan dimensi religius yang melibatkan personal, budaya dan pemujaan.⁴¹ Pendapat ini menunjukkan terdapat diskursus mengenai definisi wisata religi.

Religion tourism atau wisata religi dalam pariwisata internasional disebut juga sebagai wisata pilgrim (*pilgrimme tourism*) atau wisata spiritual (*spiritual tourism*).⁴² Wisata religi menjadi salah satu cara lain untuk memasarkan pariwisata baru dengan menghubungkan pariwisata dan kegiatan keagamaan⁴³ yang bertujuan untuk meningkatkan spiritual dan upaya mendekatkan diri kepada sang pencipta⁴⁴. Bahkan wisata religi bisa menjadi bagian dari aktivitas dakwah karena mampu menggugah kesadaran masyarakat akan ke-Maha Kuasa-an Allah SWT dan kesadaran agama.

Shackely menyebutkan jenis atraksi religi adalah fenomena alam, bangunan atau situs yang dibangun untuk tujuan keagamaan, bangunan dengan tema keagamaan, kegiatan yang bertema religius, tempat yang disakralkan. Adapun bentuk-bentuk wisata religi seperti ziarah, mengunjungi situs-situs peninggalan suatu agama seperti katedral, kuil, dan masjid atau

⁴⁰ Nyoman S Pendit, *Ilmu Pariwisata...*, hlm. 41

⁴¹ *Ibid.*,

⁴² Jurnal Nasional Pariwisata, ISSN 1411-9862 Vol. 6, No.1, April 2014

⁴³ Nyoman S Pendit, *Ilmu Pariwisata...*, hlm. 41

⁴⁴ Toto Sucipto, *Wisata Budaya ...*, hlm. 5

mengunjungi tempat suci yang dianggap penting bagi kepercayaan seseorang.⁴⁵

Namun, seiring dengan perkembangan zaman, wisata religi telah menarik wisatawan dari seluruh dunia untuk melakukan perjalanan wisata yang berkaitan agama. Bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan spiritual saja, namun juga untuk memenuhi kebutuhan rekreasi, pendidikan dan pengenalan budaya.⁴⁶ Hal itu dikarenakan seiring munculnya motivasi yang dimiliki wisatawan baik karena motivasi budaya serta keingintahuan terhadap sesuatu agama.

Oleh karena itu, wisata religi tidak hanya seputar situs-situs fisik yang berbau religius, namun juga menawarkan wisata pengalaman melalui budaya yang berkembang dalam masyarakat seperti pertunjukan kemasyarakatan dan tradisi keagamaan.

F. Metode Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian mengenai manajemen komunikasi pariwisata religi di Masjid Jogokariyan ini, peneliti menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis penelitian

Penelitian mengenai manajemen komunikasi pariwisata religi di Masjid Jogokariyan ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang

⁴⁵ Nyoman S Pendit, *Ilmu Pariwisata...*, hlm. 41

⁴⁶ Toto Sucipto, *Wisata Budaya ...*, hlm. 5

bersifat deskriptif analisis dengan metode studi kasus. Metode studi kasus dipilih karena dalam penelitian ini berusaha mendeskripsikan bagaimana manajemen komunikasi pariwisata religi di Masjid Jogokariyan yang selama ini dijalankan.

Dengan metode studi kasus ini, peneliti melihat bagaimana cara pengurus Masjid Jogokariyan mengkomunikasikan wisata religi kepada masyarakat, dari mulai awal didirikannya wisata religi Masjid Jogokariyan, perkembangannya sampai kepada manajemen terhadap pengelolaan komunikasi pariwisata baik dalam pemasaran, aksesibilitas, detinasi dan kelembagaan.

Dibandingkan dengan ketika pertama berdiri sampai saat ini, wisata religi di Masjid Jogokariyan tentu mengalami perkembangan tidak terkecuali dengan pola-pola komunikasi yang dijalankannya. Dengan demikian, dalam penelitian ini mengkaji mengenai perkembangan pola komunikasi tersebut baik secara pemasaran, aksesibilitas, detinasi dan kelembagaan.

Oleh karena itu, dengan menggunakan penelitian studi kasus ini, peneliti mampu melihat bagaimana manajemen komunikasi pariwisata di Masjid Jogokariyan yang selama ini dijalankan. Hal itu terlihat berdasarkan pengamatan empiris yang ada di lapangan baik secara internal organisasi maupun secara pariwisata organisasi yakni dengan pemerintah, pengunjung dan masyarakat disekitarnya.

2. Subjek dan Obyek penelitian

a) Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah informan pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.⁴⁷ Adapun subjek penelitian yang dipakai adalah pengurus Masjid Jogokariyan yang dinilai dapat memberikan informasi mengenai manajemen komunikasi pariwisata di Masjid Jogokariyan. Peneliti sengaja mengambil pengurus Masjid Jogokariyan karena sebagai pengelola dari wisata religi di Masjid Jogokariyan.

b) Obyek penelitian

Obyek penelitian merupakan hal yang menjadi titik perhatian berupa substansi atau materi yang diteliti atau dipecahkan permasalahannya menggunakan teori yang bersangkutan dari suatu penelitian.⁴⁸ Obyek dalam penelitian ini adalah manajemen komunikasi pariwisata yang meliputi perkembangan komunikasi pariwisata dari perencanaan komunikasi, pengorganisasian, pelaksanaan komunikasi pariwisata pada tahun 1999-2019 dan evaluasi komunikasi. Hal ini peneliti sengaja pilih karena komunikasi pariwisata merupakan suatu hal yang menonjol di Masjid Jogokariyan sebagai objek wisata religi.

3. Sumber Data

a) Data primer

⁴⁷ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hlm.132.

⁴⁸ *Ibid.*, hlm.132.

Sumber data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian yang dilakukan⁴⁹.

Sumber penelitian ini menggunakan wawancara. Dalam hal ini peneliti mewawancarai pihak-pihak terkait wisata religi di Masjid Jogokariyan, khususnya dari takmir Masjid Jogokariyan yang membidangi unsur-unsur pariwisata.

b) Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk melengkapi data penelitian yang sedang dihadapi.⁵⁰ Dalam penelitian ini, sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku penunjang, jurnal, surat kabar dan internet.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, dimana cara tersebut menunjukkan pada suatu yang abstrak, tidak dapat diwujudkan dalam benda yang kasat mata, tetapi dapat dipertontonkan penggunaannya.⁵¹ Metode pokok yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dalam penelitian dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.137.

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 137.

⁵¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 134.

a) Wawancara

Wawancara merupakan teknik utama yang digunakan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini. Dengan adanya wawancara ini, peneliti mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian, seperti: bagaimana awal mula perintisan wisata religi, perkembangannya sampai faktor penghambat dan pendukung yang selama ini dialami oleh pengurus takmir.

Melalui wawancara, maka peneliti dapat berinteraksi secara langsung dengan para narasumber yaitu ketua takmir, biro humas, biro event, biro penginapan, biro manajemen, biro pembangunan masjid, biro keamanan dan biro usaha. Didalam melakukan wawancara, peneliti tidak hanya melakukan pengumpulan data yang relevan dengan aspek-aspek wisata religi yang terdapat di Masjid Jogokariyan saja, tetapi peneliti juga melakukan wawancara secara semi struktur dan wawancara mendalam untuk mendapatkan data secara lengkap dan mendalam. Adapaun teknik wawancaranya, peneliti menggunakan wawancara secara langsung dan tidak langsung, disesuaikan dengan waktu yang dimiliki narasumber.

b) Observasi

Selain menggunakan wawancara, peneliti juga menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi. Pengumpulan data melalui observasi ini dilakukan peneliti untuk melengkapi data yang tidak bisa didapatkan

dengan metode pengumpulan data lainnya, yaitu dengan memahami lingkungan dan mengamati secara langsung objek-objek disekitar.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi partisipan dan non partisipisan. Adapun observasi partisipan dimulai sejak Maret 2019-April 2019. Peneliti mengikuti kegiatan yang terkait dengan manajemen komunikasi pariwisata, seperti rapat rutin, kunjungan dari wisatawan, dan lainnya. Sedangkan non partisipan adalah mengamati secara tidak langsung aktifitas komunikasi pariwisata yang dilakukan pengurus Masjid Jogokariyan, seperti pengamatan sahur dan sholat subuh berjamaah, acara Kampung Ramadhan Jogokariyan dan beberapa kegiatan lainnya di Masjid Jogokariyan.

c) Dokumentasi

Kegiatan dokumentasi merupakan metode pelengkap dari metode wawancara dan observasi. Metode penelitian ini dilakukan dengan cara mencari dan menghimpun data untuk mendukung analisis dan interpretasi data. Kegiatan dokumentasi yang dilakukan peneliti adalah dokumen publik seperti sosial media dan web Masjid Jogokariyan dari bulan Maret-April 2019. Sosial media berupa instagram, facebook dan twitter merupakan pusat dokumentasi pengurus masjid Jogokariyan (baik kegiatan, leaflet, poster, pengelolaan media online). Dengan metode dokumentasi ini peneliti mendapatkan data yang lebih komprehensif dan *uptodate* untuk dikembangkan dalam penelitian.

d) Studi pustaka

Metode pengumpulan data yang terakhir yaitu studi pustaka. Studi pustaka dilakukan untuk penguat data-data yang telah dikaji lebih awal melalui wawancara dan melalui penelusuran dengan bersumber data diluar subjek penelitian. Melalui metode ini, peneliti mendapatkan data yang berimbang karena tidak hanya mendapatkan data dari internal penelitian, tetapi juga mengumpulkan dan menganalisis data-data dari buku, koran, majalah, web, transkrip atau dokumen lainnya.

5. Metode Analisa Penelitian

Peneliti menggunakan metode analisis data Miles dan Huberman yang menjelaskan tentang proses mengkaji ulang antara data-data yang digunakan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini, dengan data-data yang telah didapatkan di lapangan.⁵² Adapun langkah-langkah analisa data sebagaimana berikut:

a. Reduksi Data

Langkah awal yang peneliti lakukan dalam menganalisa penelitian adalah dengan reduksi data. Reduksi data digunakan untuk melakukan penyortiran data dan pengelompokan data yang telah didapatkan. Proses ini berlangsung selama penelitian untuk memperoleh data baik dari objek ataupun subjek penelitian.

b. Penyajian Data

⁵² Matthew B Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI Press, 1992), hlm.15-21

Berbagai macam data tersebut kemudian disajikan dan interpretasikan dengan melihat data yang telah direduksi terlebih dahulu dengan penyajian data berbentuk deskriptif yaitu tentang bagaimana manajemen komunikasi pariwisata di Masjid Jogokariyan. Dalam penyajian data ini, peneliti membandingkan data-data yang telah didapatkan dengan teori-teori yang digunakan mengenai komunikasi pariwisata. Dari perbandingan tersebut, peneliti mencoba untuk mengkritisi data-data yang didapatkan, sehingga memperoleh pemikiran yang kritis untuk menjawab tujuan penelitian.

c. Menarik Kesimpulan

Proses ini adalah tahap akhir dari analisis data, yaitu dengan menarik kesimpulan dari data yang telah direduksi dan disajikan. Kesimpulan yang diambil merupakan hasil proses kritis dari data-data yang telah didapatkan, sehingga memperoleh pengetahuan tentang sejauhmana sebuah teori diaplikasikan dalam kehidupan.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan, membahas tentang gambaran penelitian yang dilakukan serta pokok permasalahannya, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Gambaran Umum, menguraikan gambaran umum mengenai objek penelitian yaitu wisata Masjid Jogokariyan.

BAB III Pembahasan, menguraikan hasil penelitian mengenai manajemen komunikasi pariwisata di Masjid Jogokariyan.

BAB IV Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran.



BAB IV

Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang dinamika wisata religi di Masjid Jogokariyan yang telah peneliti analisis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Perencanaan Komunikasi

Pertama, takmir Masjid Jogokariyan selaku pengelola wisata religi menetapkan tujuan diadakannya wisata religi. Tujuan wisata religi ini dilihat dari visi dan misi Masjid Jogokariyan yang kemudian menjadi landasan dalam pelaksanaan wisata religi. Kedua, menetapkan sasaran atau komunikasi. Penetapan komunikasi ini berdasarkan pengemban tugas yang sama yaitu takmir masjid, kemudian anak muda selaku pengemban masa depan Islam dan masyarakat umum lainnya.

Ketiga, pesan yang disampaikan takmir masjid dalam kegiatan wisata religi yaitu landasan-landasan dari Al Quran yang menceritakan tentang keutamaan memakmurkan masjid dan bagaimana masjid seharusnya. Keempat, media yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut. Adapun pemilihan media wisata religi bertahap, dari sosialisasi ke masjid-masjid, kemudian seminar manajemen masjid sampai melalui sosial media. Kelima, komunikator atau penyampai gagasan mengenai wisata

religi yaitu H.M. Jazir ASP yang merupakan pengegrak dari Masjid Jogokariyan.

2. Pengorganisasian Wisata Religi

Pengorganisasian wisata religi Masjid Jogokariyan yang paling utama dipegang oleh biro manajemen masjid. Kemudian dibantu oleh ketujuh biro lainnya yaitu biro pelatihan dan manajemen masjid, biro kerumahtanggaan, biro keamanan, biro humas, media dan teknologi informasi, biro dokumentasi dan kearsipan, biro pembangunan dan biro Peringatan Hari Besar Islam (PHBI). Masing-masing biro mempunyai ketua, sekretaris, bendahara dan anggotanya masing-masing, sehingga biro-biro tersebut mandiri secara pelaksanaan, namun tetap bersinergi dalam satu tujuan.

3. Pelaksanaan Pariwisata Religi

Pelaksanaan wisata religi di Masjid Jogokariyan terlihat dari pemasaran, aksesibilitas, destinasi dan Sumber daya manusianya. Pemasaran wisata religi di Masjid Jogokariyan terlihat dari publikasi baik melalui *face to face* maupun melalui sosial media. Namun dalam hal ini, sosial media memiliki pengaruh yang lebih besar dalam mempublikasikan wisata religi di Masjid Jogokariyan. Kemudian pemasaran melalui acara yang diselenggarakan Masjid Jogokariyan. Adapun acara yang menarik wisatawan dalam jumlah cukup banyak adalah kampung ramadhan

Jogokariyan yang diadakan setiap setahun sekali dan studi banding manajemen masjid.

Pemasaran wisata religi dalam bentuk pemberitaan juga dilakukan Masjid Jogokariyan untuk memperkenalkan acara-acara di Masjid Jogokariyan. Begitupun juga dengan aksi sosial yang dilakukan Masjid Jogokariyan, sebagai salah satu strategi untuk mempromosikan wisata religi. Terakhir, pemasaran dalam bentuk kerjasama dengan berbagai pihak baik yang perusahaan komersil maupun non komersil.

Pelaksanaan aksesibilitas wisata religi di Masjid Jogokariyan juga terlihat dari sarana dan prasarana pendukung serta keamanan dan kebersihan. Adapun sarana pendukung wisata religi Masjid Jogokariyan meliputi, penginapan, restoran, transportasi, tempat parkir, toilet dan akses difabel. Sedangkan prasarana pendukung meliputi, kondisi jalan, air, listrik, gedung, kebersihan dan keamanan.

Pelaksanaan destinasi wisata religi terlihat dari *how to do* berupa kegiatan study banding mengenai manajemen masjid, *how to buy* berupa peci batik khas Masjid Jogokariyan dan beragam souvenir lainnya serta *how to see* yang terdiri dari dokarasi buatan yang berada di sekitar Masjid Jogokariyan. Sedangkan sumber daya manusia yang membantu dalam pelaksanaan wisata religi di Masjid Jogokariyan adalah takmir Masjid Jogokariyan selaku pengelola wisata religi, masyarakat dan pemerintah .

4. Evaluasi dan Pengawasan Wisata Religi

Pengawasan yang dilakukan takmir Masjid Jogokariyan yaitu dengan menetapkan standar keberhasilan dan evaluasi. Penetapan standar keberhasilan berfungsi untuk mengetahui hasil yang telah dicapai sesuai dengan target perencanaan atau tidak. Evaluasi ini terlihat dari evaluasi langsung dan evaluasi bulanan. Evaluasi langsung berlangsung pada waktu yang tidak ditentukan dan biasanya hanya untuk perbiro. Sedangkan evaluasi bulanan diikuti oleh seluruh biro.

Pengawasan wisata religi menggunakan pengukuran dari efisiensi wisata religi dalam menjalankan tugasnya dilihat dari pertanggungjawaban wisata religi di masyarakat. Kedua, efektifitas wisata religi, dilihat dari pengaplikasian manajemen masjid di masjid-masjid lainnya.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mempunyai beberapa saran diantaranya:

1. Untuk pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta

- a. Hendaknya lebih memperhatikan serta memaksimalkan wisata religi yang ada di Yogyakarta baik melalui penambahan alokasi anggaran dalam pengelolaan pariwisata yang ada untuk menunjang pembangunan infrastruktur sarana dan prasarana yang belum memadai di Masjid Jogokariyan, ataupun memaksimalkan media promosi agar wisata religi Masjid Jogokariyan dapat lebih dikenal masyarakat.

- b. Pemerintah daerah istimewa Yogyakarta diharapkan intens mengkomunikasikan pengembangan wisata religi di Masjid Jogokariyan, sehingga terjadi hubungan yang saling menguntungkan diantara pengelola dan pemerintah.
2. Untuk takmir masjid jookariyan
 - a. Kepada pihak takmir Masjid Jogokariyan, khususnya biro manajemen masjid diharapkan dapat meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan yang ingin mengetahui mengenai manajemen Masjid Jogokariyan. Wisata religi merupakan pengalaman rohani yang insiratif bagi masyarakat terutama takmir masjid sebagai sasaran utama wisata religi, sehingga diharapkan untuk lebih meningkatkan promosi dan inovasi dalam mengelola wisata religi berbasis manajemen masjid agar lebih dikenal oleh masyarakat dan dapat memberikan kesan serta kontribusi bagi masyarakat dan umat Islam.
 - b. Sumber daya manusia baik untuk masyarakat maupun pemerintah, perlu dikembangkan lagi, agar terjalin hubungan mutualisme diantara semuanya. Selain itu juga aksesibilitas wisata religi, terutama area kamar mandi dan pengaturan lalu lintas perlu dibenahi agar wisatawan dapat menikmati wisata religi Masjid Jogokariyan dengan nyaman.
3. Untuk pembaca dan masyarakat umum
 - a. Masyarakat harus ikut berperan aktif dalam mempromosikan pariwisata religi di Masjid Jogokariyan

- b. Masyarakat terutama yang berada disekitar Masjid Jogokariyan agar ikut menjaga kekhasan wisata religi dan ikut membantu menjaga fasilitas di Masjid Jogokariyan.

4. Untuk peneliti selanjutnya

- a. Saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini melalui kajian efektivitas wisata religi di Masjid Jogokariyan bagi masyarakat sekitar atau kajian mengenai dampak wisata religi Masjid Jogokariyan.
- b. Penelitian lebih lanjut mengenai manajemen komunikasi pariwisata yang belum banyak diteliti, terutama mengenai wisata religi.

C. Penutup

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah yang telah memberikan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Dinamika Wisata Religi Masjid Jogokariyan Yogyakarta”. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhamamd SAW. Pepatah mengatakan, tak ada gading yang tak retak, maka begitupun juga dengan peneliti yang telah berusaha untuk menyusun tesis ini, namun peneliti juga menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penyusunan penelitian ini. Oleh karena itu, kritik dan saran menjadi hal yang peneliti harapkan sebagai perbaikan selanjutnya. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berguna bagi pembaca dan dapat berguna sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi takmir Masjid Jogokariyan.

Terakhir, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini. Akhir kata, hanya kepada Allah peneliti berserah diri dan memohon taufiq serta hidayah Nya.



DAFTAR PUSTAKA

Artikel dan Buku:

- _____. *Buku Pintar Kompas 2016*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2017.
- _____. *Bulif: Buletin Idul Fitri Masjid Jogokariyan Yogyakarta Edisi 24*, 2019.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.
- Aziz, M. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Gup, 2012.
- Bukhari, M. *Azas-Azas Manajemen*. Yogyakarta: Aditya Media, 2005.
- Bungin, Burhan. *Komunikasi Pariwisata Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Cangara, Hafied. *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Rajawali Press, 2013.
- Darsoprajitno, Soewarno. *Ekologi Pariwisata: Tata Laksana Pengelolaan Objek dan Daya Tarik Wisata*. Bandung: Penerbit Angkasa, 2002.
- Effendy, Onong Uchjana. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.
- Gamal, Suwanto. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004.
- Ghani, Y. A. *Pengaruh Inovasi Sarana Prasarana Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Objek Wisata Karangsetra Waterland*. Jurnal Pariwisata edisi 2, 2015.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007.
- Hidayat, Wahyu Panca. *Social Capital: Strategy of Takmir of Jogokariyan Mosque on Developing the Worshipers*. International Journal of Nusantara Islam Vol.03 No.02, 2015.
- Huda, Muhammad Khoirul. *Pengaruh Masjid Jogokariyah Terhadap Perubahan Sosial Keagamaan Masjid Jogokariyan 2000-2010*. Yogya: UIN Sunan Kalijaga, 2017.
- I Gede Pitana dan Gayatri. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005.
- Isdarmanto. *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogya: Gerbang Media Aksara

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehallindo, 2002.
- Lukman Ali, dkk., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1997.
- Mardikanto, Totok. *Komunikasi Pembangunan*. Solo: Sebelas Maret University Press, 2010.
- Miles, Matthew B dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press, 1992.
- Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Munir, Baderal. *Dinamika Kelompok Penerapannya dalam Laboratorium Ilmu Perilaku*. Palembang: Universitas Sriwijaya, 2001.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Olii, Helena. *Reportase Radio*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2006.
- Pendit, Nyoman S. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramit, 1990.
- Ruslan. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Grafindo Persada, 2013.
- Spillane, James. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya Yogyakarta*. Yogya: Penerbit Kanisius, 2000.
- Sucipto, Toto. *Wisata Budaya di Jawa Barat*. Bandung: Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sunaryo, Bambang. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, 2013
- Susanto. *Peranan Masjid Jogokariyan Dalam Memberdayakan Masyarakat di Bidang Keagamaan, Pendidikan dan Ekonomi Tahun 2012*. Solo: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013.
- Tarigan, Robinson. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003.
- Utami, Shinta Cahya. *Pengaruh Event Tahunan Masjid Jogokariyan Terhadap Citra Desa Religi di Kampung Jogokariyan Yogyakarta*. Yogya: UIN Sunan Kalijaga, 2017.
- Widjaya, AW. *Perencanaan sebagai Fungsi Manajemen*. Jakarta: Bina Aksara, 1987.
- Winardi. *Asas-asas Manajemen*. Bandung: Alumni, 1993.

Yoeti, Oka A. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 1987.

Sumber Elektronik:

Badan Pusat Statistik (BPS), diakses dari <http://www.bps.go.id/> pada 19 November 2018

Persepsi dan Aspirasi Generasi Muda Terhadap Masjid: Survei Terhadap Generasi Muda Muslim di 12 Kota Besar, hasil penelitian, (Jakarta: Merial Institute dan Dewan Masjid Indonesia, 2018)

“Profile Masjid Jogokariyan”, dalam www.Jogokariyan.com. Diakses pada tanggal 23 November 2018

“Kemenag Beri Penghargaan Masjid Percontohan Tingkat Nasional”, dalam <https://bimasislam.kemenag.go.id/post/berita/-ini-dia-masjid-masjid-besar-percontohan-nasional-yang-membangankan>. Diakses pada tanggal 23 November 2018

Purnomo Edi, *Syukuran Kekalahan Ahok, Masjid Jogokariyan Sembelih Kerbau*. Diakses dari <https://Www.Merdeka.Com/Peristiwa/Syukuran-Kekalahan-Ahok-Masjid-Jogokariyan-Sembelih-Kerbau.Html> pada 20 Mei 2019

Agus Yulianto, *Ustaz Jazir Pembawa Tongkat Perubahan Masjid Jogokariyan* diakses dari <https://Nasional.Republika.Co.Id/Berita/Nasional/Tokoh-Perubahan/Pqgoff396/Ustadz-Jazir-Pembawa-Tongkat-Perubahan-Masjid-Jogokariyan> pada 20 Mei 2019

www.visitingjogja.com

www.peta-kota.blogspot.com

Wawancara:

1. H.M. Jazir ASP, Dewan Penasehat Masjid Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 11 April 2019.
2. Krishna Yuniar R, Biro Media, Humas dan Teknologi Informasi Masjid Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 12 April 2019.
3. Wahyu Tejo Raharjo, SE., Sekretaris takmir masjid Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 1 April 2019.
4. Enggar, Biro Pelatihan dan Manajemen Masjid Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 11 April 2019.
5. Sudiwahyono, Biro Kerumahtanggaan Masjid Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 11 April 2019.
6. Satpam Masjid Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 11 April 2019.

7. Bapak Putri, Masyarakat Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 15 April 2019.
8. Putri, Masyarakat Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 15 April 2019.
9. Bayu, Masyarakat Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 15 April 2019.
10. Novia, Wisatawan Masjid Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 11 Mei 2019.
11. Moe, Wisatawan Masjid Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 11 Mei 2019.
12. Asriadi, Wisatawan Masjid Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 20 Mei 2019.
13. Nurul, Wisatawan Masjid Jogokariyan Yogyakarta, tanggal 20 Mei 2019.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

CURRICULUM VITAE



Nama : Arina Rahmatika
Tempat, tanggal lahir : Semarang, 21 September 1995
Alamat : Jalan Arya Mukti Raya No.26, 10/01 Semarang
Alamat sekarang : Jalan Kusuma No.675, Yogyakarta
Email : arina.eljawie@gmail.com
No.Hp : 089635723081

Jenjang Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun Lulus
TK	TK IT Harapan Bunda	2001
SD	SD IT Harapan Bunda	2007
SMP	SMP IT Harapan Bunda	2010
SMA	MAPK MAN 1 Surakarta	2013
Perguruan Tinggi	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	2017
	Magister KPI UIN Sunan Kalijaga	-sekarang

Pendidikan Informal

	Nama Lembaga	Tahun
Pondok Pesantren	Hadiil Iman, Surakarta	2010-2013
Pondok Pesantren	Wahid Hasyim, Yogyakarta	2013-2016
Kursus Camp	Elfast Pare, Kediri	Agustus 2015

Pengalaman Organisasi

Tahun	Nama Organisasi	Jabatan
2013	PW PII Jogjakarta Besar 2013-2016	Ketua Bidang 3
	Organisasi Angkatan GRIDZEFT	Sekretaris Umum
2014	Organisasi Santri Asrama Annur 2014-2015	Ketua
	Organisasi Santri Wahid Hasyim 2014-2015	BO Pers
	Lembaga Wakaf Wahid Hasyim 2014-2015	Humas
	Lembaga Pengabdian Masyarakat Wahid Hasyim 2014-2016	Dept. Pengajaran
	Lembaga Beasiswa Wahid Hasyim 2014-2015	Dept. Financial Lobbying
	Ikatan Mahasiswa Semarang 2014-2016	Anggota
2015	Lembaga Beasiswa Wahid Hasyim 2015-2016	Dept. Financial Lobbying
	Lembaga Wakaf Wahid Hasyim 2014-2015	Dept. Humas
	Keluarga Mahasiswa Nahdlatul Ulama 2015-2016	Anggota
	Ikatan Alumni MAPK MAN 1 Surakarta 2015-2016	Sekretaris Umum
	Organisasi Santri Wahid Hasyim 2015-2016	Event Organized
2016	PW PII Jogjakarta Besar 2016-2018	LK Pers
2018	Forum Magister Komunikasi 2018	Koordinator

Pengalaman Kerja

Tahun	Pekerjaan	Jabatan
2014-2015	English and Arabic Morning	Mentor
2014-2016	Less Private	Mentor
2015-2017	Ekstra Jurnalistik	Mentor
2016	Suara Muhammadiyah Pers	Magang Media
2017	SD Muhammadiyah Sagan	Pengajar
2018	Les Ngaji Privat	Mentor

Karya Ilmiah yang Pernah Dipublikasikan*

No.	Judul Karya Ilmiah	Dipublikasin di	Tahun Publikasi

1.	Citra Wahabi di Media Massa	Jurnal Mediakita IAIN Kediri	Januari 2019
2.	Komunikasi Ilmiah Pada Masa Abasiyyah	Jurnal Al Bayan UIN Aceh	Januari 2019
3.	Konsep Kerukunan Beragama	Jurnal Komunike UIN Mataram	Januari 2019
4.	Konstruksi Perempuan Dalam Iklan Rokok	Prosiding Mubadalah Conference	April 2019

Prestasi*

No.	Akademik	Non-Akademik
1.	Mahasiswa Berprestasi Periode Wisuda Angkatan 3 Tahun 2017 UIN Sunan Kalijaga	Instruktur Advance Training PII di Yogyakarta, Agustus 2016
2.	Mahasiswa Terbaik Tercepat Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIN Sunan Kalijaga	Instruktur Intermediate Training PII di Yogyakarta , Februari 2017
3.		Koordinator Tim Instruktur Basic Training PII di Yogyakarta , Desember 2017