

PERSEPSI DAN CITRA DESTINASI KOTA JAKARTA (SUDUT PANDANG ORANG MALAYSIA)

¹Anieq Siti Zahroh,

²Fitri Rismiyati,

³Alizah Salsabila

¹Universitas Gunadarma, anieqsz@staff.gunadarma.ac.id

²Universitas Gunadarma, fitrirismiyati@staff.gunadarma.ac.id

³Universitas Gunadarma, liealizah@student.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi orang Malaysia dan faktor apa saja yang dapat membentuk citra destinasi Kota Jakarta. Konsep penelitian ini mengacu pada konsep aspek persepsi menurut Allport dalam Mar'at, 1981): (1) Persepsi Kognitif, (2) Persepsi Afektif, (3) Persepsi Konatif. Dan konsep citra destinasi menurut Qing dan Qu, 2008 ada Sembilan dimensi, yaitu: (1) Travel Environment, (2) Natural Attractions, (3) Entertainment and Event, (4) Historic Attractions, (5) Infrastructure, (6) Accessibility, (7) Relaxation, (8) Outdoor Activities, (9) Price and Value. Metode penelitian yang digunakan adalah gabungan antara penelitian kuantitatif dengan deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah snowball sampling. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 30.342.875 yaitu orang Malaysia yang belum berkunjung ke Jakarta, dan sampel yang didapat sebanyak 100 orang dengan menggunakan rumus slovin. Hasil penelitian total rata-rata dapat disimpulkan bahwa dimensi persepsi kognitif dapat dikatakan cukup baik dengan nilai 3,40. Kemudian hasil rata-rata sebesar 3,65 bahwa citra destinasi Kota Jakarta dari segi unsur historic attractions adalah baik.

Kata kunci: persepsi, citra destinasi, kesadaran, orang Malaysia

PENDAHULUAN

Sekian banyak tempat menarik di Indonesia, Kota Jakarta adalah pilihan utama untuk para wisatawan kunjungi. Selain merupakan sebagai ibukota Negara Indonesia, Jakarta yang terkenal dengan pusat bisnis pun menjadi daya tarik para wisatawan mancanegara khususnya Malaysia. Malaysia merupakan salah satu Negara yang warga negaranya paling banyak berkunjung ke Kota Jakarta pada tahun 2013 kunjungan wisatawan Malaysia mencapai 300.363 kunjungan. Hingga pada bulan April 2014 mencapai 186.373 kunjungan, mengalami penurunan sebesar 8,64 persen dibandingkan kunjungan wisman bulan Maret 2014 yang berjumlah 204.004 kunjungan. Sebaliknya jika dibandingkan dengan kunjungan

wisman bulan yang sama tahun sebelumnya, jumlah kunjungan wisman bulan April 2014 lebih tinggi sebesar 10,29 persen. Sepuluh kebangsaan yang menjadi pengunjung terbanyak ke Kota Jakarta untuk bulan Juni 2014 adalah Malaysia (31.460 kunjungan); Tiongkok (19.788 kunjungan); Singapura (19.377 kunjungan); Jepang (18.716 kunjungan); Saudi Arabia (14.157 kunjungan); Amerika Serikat (9.240 kunjungan); Korea Selatan (8.462 kunjungan); India (7.293 kunjungan); Taiwan (6.523 kunjungan) dan Australia (6.394 kunjungan). (Badan Pusat Statistik DKI Jakarta - <http://jakarta.bps.go.id>).

Salah satu indikator dari strategi pemerintah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan yaitu dengan pengembangan citra menurut Peraturan

Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 pada bab IV bagian ketiga pasal 35 pengembangan citra pariwisata menyebutkan arah kebijakan pengembangan citra pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 huruf b (b. pengembangan citra pariwisata;), meliputi: a. peningkatan dan pemantapan citra pariwisata Indonesia secara berkelanjutan baik citra pariwisata nasional maupun citra pariwisata destinasi; dan b. peningkatan citra pariwisata Indonesia sebagai Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman, dan berdaya saing. Persepsi akan timbul dari sebuah citra destinasi. Membangun citra yang kuat dalam rangka menghasilkan daya tarik yang baik dari sebuah destinasi adalah ketika para wisatawan mengunjungi sebuah destinasi kemudian menghasilkan persepsi akan berkunjung atau tidak di masa yang akan datang. Namun, citra destinasi dapat menghasilkan sebuah persepsi bagi orang yang belum pernah berkunjung ke suatu tempat. Baik atau tidaknya sebuah persepsi tergantung bagaimana pembentukan citra suatu daerah.

Jakarta dimata orang Malaysia masih cukup baik. Dibuktikan pada angka kunjungan yang selalu meningkat. Hal ini didukung karena infrastruktur Kota Jakarta yang sudah modern. Tetapi masih cukup banyaknya informasi yang menjelaskan bahwa citra Kota Jakarta belum baik, persepsi tersebut berdampak dari peristiwa yang banyak terjadi di Jakarta seperti pengeboman, banjir, demonstrasi dan kemacetan menjadi beberapa faktor yang mempengaruhi citra Kota Jakarta menjadi persepsi buruk dimata orang Malaysia. Karena peristiwa tersebut memberikan rasa tidak aman bagi orang Malaysia pada saat berkunjung ke Jakarta, begitu pula dengan wisatawan yang lain. Kenyataannya Jakarta masih

tetap menjadi tempat wisata andalan bagi orang Malaysia, karena Jakarta adalah negara tetangga paling dekat untuk dikunjungi. Masih banyaknya rakyat Malaysia yang belum mengetahui nilai budaya Kota Jakarta, dengan promosi- promosi yang dilakukan pemerintah merupakan tindakan yang dapat menjadikan Kota Jakarta menjadi kota yang baik, aman, dan bersih dimata orang Malaysia khususnya. Suatu tujuan orang Malaysia untuk tetap menjadikan Jakarta sebagai pilihan daerah untuk liburan, bersekolah, bisnis, bahkan untuk berbelanja. Namun khususnya pemerintah kota Jakarta perlu juga menumbuhkan persepsi serta citra destinasi bagi wisatawan khususnya orang Malaysia yang belum pernah berkunjung ke Indonesia agar mereka turut berkunjung ke Jakarta dengan menikmati gemerlapnya kota ini.

Citra destinasi memiliki peranan penting untuk sebuah daerah atau Negara dalam menarik para wisatawannya. Pemerintah Indonesia belum menampilkan konsistensi secara utuh sebuah citra destinasi Kota Jakarta sehingga masih kurangnya terekam dibenak kancan internasional dimata orang Malaysia khususnya tentang citra destinasi itu sendiri. Namun citra yang diharapkan bukan hanya berorientasi pada sumber daya yang berlimpah saja, harapan ini harus didukung dengan komitmen dan realisasi pengelolaan yang benar-benar menerapkan konsep yang dihasilkan oleh pemerintah melalui kebijakan dan implementasinya. Perhatian ini dikhususkan dalam hal memfasilitasi potensi pariwisata Kota Jakarta, mengedepankan peranan masyarakat setempat serta hal yang menunjang meningkatnya citra kepariwisataan sehingga tercipta persepsi serta citra yang baik dimata wisatawan. terciptanya diversifikasi destinasi dan terciptanya pemasaran pariwisata yang efektif dan efisien itu dikarenakan berasal dari persepsi

wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Jakarta. Jakarta dikenal sebagai daerah yang menjunjung tinggi hospitaliti atau keramah-tamahan dalam hal menyambut tamu atau wisatawan. Maka untuk memastikan benar atau tidaknya persepsi orang Malaysia tentang citra Kota Jakarta perlu dilakukan suatu penelitian mengenai “PERSEPSI DAN CITRA DESTINASI KOTA JAKARTA (SUDUT PANDANG ORANG MALAYSIA)”. Perumusan masalah yang akan dibahas dalam jurnal ini adalah bagaimanakah persepsi orang Malaysia tentang Kota Jakarta? Faktor apa sajakah yang dapat membentuk citra destinasi Kota Jakarta? Dan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi orang Malaysia dan faktor apa saja yang dapat membentuk citra destinasi Kota Jakarta.

METODE PENELITIAN

Destinasi wisata dengan citranya akan berhasil jika citra tersebut mempunyai posisi khusus dalam benak wisatawan. Karena proses memposisikan diri didasarkan pada persepsi kembali, maka dasar untuk dapat mengelola merek dengan baik adalah mengelola persepsi. Citra Destinasi didefinisikan sebagai “keseluruhan persepsi dari destinasi yang terbentuk oleh proses informasi dari berbagai sumber dari waktu ke waktu” (Assael, 1984). Penulis lain mendefinisikan citra sebagai jumlah dari semua keyakinan, gagasan dan kesan bahwa orang mengasosiasikan dengan destinasi (Crompton, 1979; Kotler, Haider dan Rein, 1993). Jadi, citra destinasi itu adalah bagian dari sebuah persepsi. Berikut adalah penulisan tinjauan pustaka yang menjelaskan persepsi dan citra destinasi.

Aspek-aspek Persepsi

Pada hakekatnya sikap merupakan suatu interelasi dari berbagai komponen, dimana komponen-komponen tersebut

menurut Allport (dalam Mar’at, 1991) ada tiga yaitu:

Komponen Kognitif

Yaitu komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi yang dimiliki seseorang tentang obyek sikapnya. Dari pengetahuan ini kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu tentang obyek sikap tersebut.

Komponen Afektif

Afektif berhubungan dengan rasa senang dan tidak senang. Jadi sifatnya evaluatif yang berhubungan erat dengan nilai-nilai. Kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya.

Komponen Konatif

Yaitu merupakan kesiapan seseorang untuk bertindak laku yang berhubungan dengan obyek sikapnya.

Dapat dikemukakan bahwa persepsi mengandung komponen-komponen, yaitu komponen kognitif, komponen afektif, dan juga komponen konatif, merupakan kesediaan untuk bertindak atau berperilaku. Sikap seseorang pada suatu obyek sikap merupakan manifestasi dari kontelasi ketiga komponen tersebut yang saling berinteraksi untuk memahami, merasakan dan berperilaku terhadap obyek sikap. Ketiga komponen saling konsisten satu dengan lainnya. Oleh karena itu terdapat pengorganisasian secara internal diantara ketiga komponen tersebut.

Atribut dari Citra Destinasi

Qing dan Qu, (2008) mengklasifikasikan atribut kedalam Sembilan aspek, sebagai berikut:

Travel Environment (i.e. safe and secure environment, clean and tidy environment, friendly and helpful local people, tranquil & restful atmosphere and pleasant weather);

Natural Attractions (i.e. scenic mountain & valleys, scenery & natural attractions, gardens & springs, scenic drive, parks, lakes, rivers, wildlife, caves and underground formations);

Entertainment & Events (i.e. shows or exhibitions, cultural events & festivals, quality, fun, western music, nightlife and entertainment);

Historic Attractions (i.e. history & heritage and Vintage buildings);

Infrastructure (i.e. restaurants, cuisine, shop facilities and accommodations);

Accessibility (i.e. traffic flow and parking information, parking facilities, access to the area and affordable trolley system);

Relaxation (i.e. spa, soothing the mind and refreshing the body, spiritual rejuvenation);

Outdoor Activities (i.e. boating, fishing, hiking, picnicking, camping and hunting, outdoor recreation and golfing) and,

Price and Value (i.e. food, accommodation, good value for money, attractions and activities and good bargain shopping).

Beberapa teori yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka akan diperoleh beberapa konsep. Apabila konsep-konsep ini dihubungkan satu sama lain agar dapat memberikan gambaran atas suatu fenomena.

Metodologi dan Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah gabungan antara penelitian kuantitatif dengan deskriptif. Metode deskriptif adalah metode pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status akhir dari subjek penelitian (Kuncoro, 2013:12). Pengertian penelitian kuantitatif sendiri adalah “penelitian yang informasi atau datanya dianalisis menggunakan teknik statistik.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dengan demikian, hipotesis pada

penelitian kuantitatif diuji dengan prosedur pengujian statistik. Jika informasi yang dikumpulkan dari suatu penelitian tidak dapat diuji dengan statistik, maka penelitian tersebut disebut penelitian kuantitatif (Kountur, 2007:105). Variabel harus dapat membedakan suatu benda dengan benda lainnya, dan variabel harus dapat diukur. Definisi Variabel menurut Kuncoro (2013:49) adalah sesuatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Variabel Independen. Variabel Independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif ataupun yang negatif bagi variabel dependen nantinya (Kuncoro, 2013:50). Skala pengukuran sangat bervariasi. Skala yang sederhana adalah *simple scales* adalah skala yang digunakan untuk mengukur beberapa karakteristik.

Untuk dapat menyusun analisa persepsi dan citra destinasi Kota Jakarta menurut orang Malaysia, maka digunakan variabel-variabel seperti yang tertera dibawah ini.

Dalam penelitian ini, secara kuisioner untuk mendapatkan data persepsi dan citra destinasi kota Jakarta skala pengukuran yang digunakan menurut Kuncoro (2013:174) yaitu :

Skala Nominal yaitu penggunaan angka untuk mengidentifikasi objek, individu, kejadian, atau kelompok.

Skala Interval adalah memiliki semua sifat-sifat skala nominal dan ordinal serta interval antara dua titik yang sama.

Skala Ordinal adalah selain untuk identifikasi, angka member informasi tentang jumlah karakteristik yang dimiliki suatu kejadian, objek, dan lain-lain secara relatif.

Rasio adalah menggabungkan semua sifat-sifat skala nominal, ordinal, dan interval, serta memasukkan titik nol.

Untuk pengisian kuisisioner menggunakan skala *Likert* karena merupakan salah satu cara yang paling umum dan setiap skala pertanyaan umumnya memiliki lima respon yang terdiri dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju, dimana setiap jawaban dapat diberikan *score* sebagai berikut.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah orang Malaysia yang belum pernah berkunjung ke Jakarta. Untuk menentukan jumlah populasi yang relevan, ditentukan dari data jumlah penduduk Malaysia dan jumlah orang Malaysia yang berkunjung ke Jakarta pada tahun 2013.

Dari penjelasan sebelumnya, jumlah populasi dihitung dari mengurangi jumlah penduduk Malaysia secara keseluruhan dengan jumlah orang Malaysia yang berkunjung ke Jakarta pada tahun tersebut, didapatkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa jumlah populasi yang diteliti adalah sebesar 30.042.512 orang. (www.statistic.gov.my dan Badan Pusat Statistik DKI Jakarta).

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2008: 122) adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya. Dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat dilakukan dengan beberapa cara. Tetapi dalam proyek akhir ini menggunakan Rumus Slovin berikut :

Dalam perhitungan sampel untuk penelitian ini digunakan rumus Slovin berdasarkan data yang telah disediakan. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 30.042.512 orang, merupakan

orang Malaysia yang belum pernah ke Jakarta. Pada penelitian ini juga digunakan tingkat kelonggaran sebesar 10%, yang menunjukkan tingkat kesalahan sampel masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Setelah dilakukan perhitungan dengan membagi ukuran populasi dengan jumlah satu ditambah hasil dari perkalian tingkat kelonggaran dengan kuadrat ukuran populasi. Hasilnya adalah 99,99 sampel. Jadi, jumlah sampel yang telah ditetapkan berdasarkan hasil perhitungan maka, telah ditetapkan sebanyak 100 orang atau responden yaitu orang Malaysia yang belum pernah ke Jakarta. Data yang dikumpulkan akan diklasifikasikan dalam bentuk tabulasi, kemudian hasil data tersebut akan dijelaskan dan diinterpretasikan ke dalam bentuk deskriptif. Metode atau cara pengumpulan data yang digunakan adalah: Data Primer dan Data Sekunder. Metode analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden dan sumber data lain terkumpul. Hal-hal yang perlu dilakukan adalah: *Editing Data*, *Pengolahan Data*, *Analisis Data*. Penelitian ini dilaksanakan di Jakarta dilakukan memberikan kuesioner online melalui email dan social media (*path dan facebook*) kepada orang Malaysia yang belum pernah ke Jakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jakarta menjadi salah satu tujuan utama para wisatawan atau orang yang sekedar berkunjung, berlibur, hingga berbisnis. Khususnya bagi orang Malaysia, setiap tahun bahkan setiap bulannya angka kunjungan selalu meningkat. Hal ini membuktikan bahwa Jakarta selalu menjadi salah satu kota tujuan utama untuk dikunjungi. Para wisatawan dan orang Malaysia banyak kita jumpai khususnya di pusat perbelanjaan serta tempat rekreasi keluarga. Orang Malaysia dikenal

senang berbelanja di Jakarta dikarenakan harga serta kualitas asli Jakarta terbilang baik dan terjangkau. Namun tidak semua kawasan di Jakarta dikenal oleh rakyat Malaysia, hanya tempat tertentu saja. Jumlah kunjungan wisatawan Malaysia ke Jakarta yang selalu meningkat tiap tahunnya menimbulkan sebuah persepsi tentang citra destinasi kota Jakarta tersebut.

Beberapa faktor serta komponen untuk mengetahui persepsi dan citra destinasi orang Malaysia yang belum pernah ke Jakarta khususnya. Karena tingginya angka kunjungan ini dapat terjadi disebabkan oleh persepsi orang Malaysia tentang citra destinasi kota Jakarta bagi mereka yang sebelumnya pernah berkunjung. Hal ini bisa bersumber melalui *word of mouth* atau informasi yang tersedia di internet maupun brosur wisata. Hasil data dan informasi yang terkumpul disajikan melalui hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini merupakan pembahasan hasil-hasil penelitian dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh dengan penyebaran kuesioner melalui *email* dan *social media* kepada seluruh sampel penelitian yaitu kepada orang Malaysia yang belum pernah berkunjung ke Jakarta. Jumlah responden sebanyak 100 orang.

Menurut hasil dari aspek persepsi kognitif, orang Malaysia memiliki persepsi bahwa Jakarta memiliki tarian tradisional, kesenian tradisional, dan bahasa daerah yang unik. Hal ini dibuktikan dengan perolehan rata-rata tertinggi yaitu 3,66. Sedangkan menurut orang Malaysia tentang Jakarta adalah Kota yang aman mendapat perolehan rata-rata paling rendah namun responden masih mengategorikan cukup setuju yaitu 3,00. Hal ini di karenakan banyaknya peristiwa yang terjadi di Jakarta seperti pengeboman, banjir, serta kemacetan. Dapat disimpulkan bahwa komponen kognitif dapat dikatakan cukup setuju karena orang Malaysia

menganggap Jakarta merupakan Kota dengan nilai kebudayaan yang tinggi dan masih aman untuk dikunjungi dengan total rata-rata 3,40.

Aspek persepsi afektif, orang Malaysia memiliki persepsi bahwa penginapan/ akomodasi di Jakarta dapat memberikan rasa nyaman. Hal ini dibuktikan dengan perolehan rata-rata tertinggi yaitu 3,40. Sebaliknya orang Malaysia menganggap iklim di Jakarta kurang baik untuk berwisata Outdoor maupun Indoor, mendapat perolehan rata-rata paling rendah yaitu 3,06. Hal ini di karenakan iklim di Jakarta yang tidak dapat prediksi dan banjir yang selalu melanda Jakarta apabila diguyur hujan. Dapat disimpulkan bahwa komponen afektif dapat dikatakan cukup setuju karena ketersediaan akomodasi yang memberikan rasa nyaman dan iklim Jakarta yang masih baik untuk berwisata dengan total nilai 3,22.

Aspek persepsi konatif, orang Malaysia memiliki persepsi bahwa Jakarta memiliki makanan khas yang berbeda dengan negara lain. Hal ini dibuktikan dengan perolehan rata-rata tertinggi yaitu 3,52. Sedangkan menurut orang Malaysia kunjungan ke Jakarta karena pulau di Jakarta yang bersih dan asri mendapat perolehan rata-rata paling rendah namun masih mengategorikan cukup setuju yaitu 3,00. Hal ini di karenakan belum gencarnya promosi tentang pulau yang dimiliki oleh Jakarta. Dapat disimpulkan bahwa komponen konatif dapat dikatakan cukup setuju karena cita rasa makanan Indonesia yang terdapat di Jakarta sangat beragam dan Kota metropolitan ini masih memiliki pulau terbentang yang indah dengan total nilai 3,29.

Berdasarkan keterangan yang telah di jabarkan, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi orang Malaysia mengenai Jakarta memiliki persepsi yang cukup baik. Hal ini didapat berdasarkan hasil rata-rata secara keseluruhan yaitu 3,30. Tiga komponen

yang diterapkan untuk mengetahui persepsi orang Malaysia adalah menghasilkan persepsi cukup setuju sehingga calon wisatawan berniat untuk mengunjungi Jakarta suatu hari untuk mendapatkan pengalaman baru dan mengunjungi objek-objek wisata yang menarik.

Selanjutnya dari segi *travel environment*, responden mengemukakan cukup setuju karena keramah-tamahan masyarakat membuat Kota Jakarta menjadi tempat yang baik untuk dikunjungi. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,47. Sedangkan menurut orang Malaysia, Jakarta memiliki lingkungan yang bersih dan rapi. Terbukti dengan hasil rata-rata terkecil namun responden masih mengategorikan cukup setuju yaitu 3,03. Dapat disimpulkan bahwa responden cukup setuju dari segi *travel environment* dengan hasil rata-rata sebesar 3,22.

Dari hal segi *natural attractions*, responden mengemukakan setuju karena di Jakarta terdapat wisata alam yang menarik dan memberikan kesan tersendiri. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,52. Sedangkan menurut orang Malaysia, Jakarta termasuk masih memiliki pemandangan alam yang indah dan beragam. Terbukti dengan hasil rata-rata terkecil namun responden masih mengategorikan cukup setuju yaitu 3,31. Dapat disimpulkan bahwa responden cukup setuju dari segi unsur *natural attractions* dengan hasil rata-rata sebesar 3,42.

Berdasarkan dari segi *entertainment and events*, responden mengemukakan setuju karena Festival musik atau konser sering dijadikan acuan bagi wisatawan untuk mengunjungi Jakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,62. Sedangkan menurut orang Malaysia, Jakarta sering dijadikan tempat untuk mengadakan event Internasional. Terbukti dengan

hasil rata-rata terkecil namun responden masih mengategorikan setuju yaitu 3,50. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dari segi unsur *entertainment and events* dengan hasil rata-rata sebesar 3,56.

Berdasarkan dari segi *historic attractions*, responden mengemukakan setuju karena Jakarta memiliki peninggalan sejarah yang masih dilestarikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,68. Sedangkan menurut orang Malaysia, berbagai wisata sejarah yang dapat dilakukan seperti *walking tour*, wisata museum, dan Jakarta *city tour*. Terbukti dengan hasil rata-rata terkecil namun responden masih mengategorikan setuju yaitu 3,60. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dari segi unsur *historic attractions* dengan hasil rata-rata sebesar 3,65.

Berdasarkan dari segi *infrastructure*, responden mengemukakan setuju karena Jakarta memiliki kuliner yang beragam. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,70. Sedangkan menurut orang Malaysia, berbagai pusat perbelanjaan Jakarta memiliki pusat grosir terbesar di Asia Tenggara. Terbukti dengan hasil rata-rata terendah namun responden masih mengategorikan setuju yaitu 3,47. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dari segi unsur *infrastructure* dengan hasil rata-rata sebesar 3,58.

Kemudian dari segi *accessibility*, responden mengemukakan cukup setuju karena Jakarta menyediakan fasilitas transportasi yang mudah. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 3,41. Sedangkan menurut orang Malaysia, fasilitas umum yang disediakan pemerintah Kota Jakarta mudah ditemukan oleh para wisatawan. Terbukti dengan hasil rata-rata terendah namun responden masih mengategorikan cukup setuju yaitu 3,36. Dapat disimpulkan bahwa responden cukup

setuju dari segi unsur *accessibility* dengan hasil rata-rata sebesar 3,34.

Pada segi *relaxation*, orang Malaysia mengemukakan cukup setuju dalam hal fasilitas olahraga yang memadai. Hal ini dibuktikan dengan perolehan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,30. Namun, orang Malaysia masih menganggap bahwa SPA terlengkap dan termmodern dapat ditemukan di Jakarta karena untuk melepas kejenuhan setelah berwisata. Hal ini dinyatakan dengan perolehan terendah tetapi orang Malaysia masih mengategorikan cukup setuju yaitu 3,25. Walaupun demikian dapat disimpulkan bahwa responden cukup setuju dalam segi unsur *relaxation* dengan hasil rata-rata 3,28.

Dari segi unsur *outdoor activities*, orang Malaysia setuju karena Jakarta memiliki *theme park* yang berkualitas. Hal ini dibuktikan dengan perolehan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,64. Selain itu, Jakarta memiliki ketersediaan fasilitas rekreasi alam memperoleh rata-rata terendah namun responden masih mengategorikan cukup setuju yaitu sebesar 3,39. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dari segi unsur *Outdoor Activities* dengan hasil rata-rata sebesar 3,53.

Serta dari segi *price and value*, orang Malaysia mengemukakan citra destinasi

Kota Jakarta setuju dalam hal kuliner bahwa harga makanan di Jakarta cukup bervariasi dan terjangkau. Hal ini dibuktikan dengan perolehan rata-rata tertinggi yaitu sebesar 3,73. Namun, orang Malaysia masih menganggap bahwa wisata belanja di Jakarta terjangkau. Hal ini dinyatakan dengan perolehan terendah tetapi responden masih mengategorikan setuju yaitu 3,50. Walaupun demikian dapat disimpulkan bahwa responden setuju dalam segi unsur *price and value* dengan hasil rata-rata 3,60.

Berdasarkan keterangan yang telah di perjelas, maka dapat disimpulkan bahwa orang Malaysia menyatakan cukup setuju tentang citra destinasi Kota Jakarta. Hal ini berdasarkan hasil rata-rata secara keseluruhan yaitu 3,46. Orang Malaysia mengemukakan cukup setuju pada sembilan faktor yang diterapkan untuk mengetahui citra destinasi Kota Jakarta. Serta membuat Jakarta menjadi salah satu daerah tujuan wisata oleh orang Malaysia jika ingin melihat kekayaan gemerlap kota metropolitan, budaya Asia, keindahan alam, kuliner yang beragam, dan keramah-tamahan masyarakat asli Jakarta.

Tabel 1.
Variabel, Sub Variabel, dan Skala Pengukuran

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Demografi	a. Jenis kelamin	<ul style="list-style-type: none"> • Laki-laki • Perempuan 	Nominal
	b. Umur	<ul style="list-style-type: none"> • <20 tahun • 20-39 tahun • 40-59 tahun • >60 tahun • SD 	Interval
	c. Tingkat Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> • SMP • SMU 	Nominal

		<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah • Lainnya • Pelajar/ Mahasiswa • Pegawai 	
	d. Pekerjaan Saat ini	<ul style="list-style-type: none"> • Wiraswasta • Ibu Rumah Tangga • Lainnya • Brosur Wisata • Internet 	Nominal
	e. Informasi mengenai Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> • Majalah / koran / buku • TV / radio • Teman / saudara • Lainnya • Liburan 	Nominal
	f. Tujuan mengunjungi Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> • Sekolah • Pekerjaan • Mengunjungi Relasi • Lainnya 	Nominal
	g. Ketertarikan mengunjungi Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> • Ya • Tidak 	Nominal
Persepsi	Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan secara umum tentang kota Jakarta • Pengetahuan tentang budaya Jakarta • Pengetahuan tentang masyarakat Jakarta • Pengetahuan tentang fasilitas hiburan yang ada di Kota Jakarta 	Ordinal
Persepsi	Afektif	<ul style="list-style-type: none"> • Suka/ tidak suka dengan keindahan alam di Jakarta • Suka/ tidak suka dengan wisata belanja di Jakarta • Suka/ tidak suka dengan akomodasi di Jakarta • Suka/ tidak dengan Kenyamanan terhadap iklim Kota Jakarta 	Ordinal
Citra Destinasi	Travel Environment	<ul style="list-style-type: none"> What to see What to do What to buy Lingkungan wisata yang aman dan nyaman Lingkungan wisata yang bersih dan rapi 	

		Keramah-tamahan Masyarakat setempat
Natural Attractions		Keindahan alam Jakarta Wisata Alam yang unik
Entertainment dan Events		Pameran Menarik dan informatif Festival Budaya yang menarik minat
Historic Attractions		Festival Musik Peninggalan Budaya Seajarah yang kental Wisata Sejarah
Infrastructure		Pelestarian warisan budaya Kondisi fisik yang maju berbagai pilihan akomodasi berbagai pilihan tempat belanja berbagai jenis makanan dan restoran
Accessibility		Kemudahan Fasilitas Transportasi Kemudahan menggunakan fasilitas umum
Relaxation		Fasilitas olahraga Fasilitas kesehatan
Outdoor Activities		Fasilitas Olahraga diluar ruangan Fasilitas rekreasi keluarga Fasilitas wisata alam (camping)
Citra Destinasi	Price and Value	Jaminan Harga Makanan yang variatif Jaminan kualitas Harga Akomodoasi Jaminan kualitas Harga kebutuhan pribadi

Tabel 2.
Skala Pengukuran Indikator Penelitian

Jawaban	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (KS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui persepsi orang Malaysia adalah faktor kognitif. Dari hasil kesimpulan diatas bahwa persepsi

orang Malaysia terhadap Jakarta cukup baik memiliki nilai budaya khas seperti tarian tradisional, kesenian tradisional, dan bahasa daerah yang unik. Karena budaya Jakarta yang mudah dipahami

oleh wisatawan karena keunikannya. Kemudian faktor yang dapat membentuk citra destinasi adalah faktor *historic attractions*. Karena Jakarta menghormati sejarahnya dengan melestarikan peninggalan sejarah. Dengan mengadakan festival museum serta wisata museum. Hal ini merupakan kelebihan Kota Jakarta, selain dikenalnya sebagai Kota metropolitan namun Jakarta tidak pernah melupakan arti sejarah.

Saran yang mungkin dapat berguna dalam memperbaiki *persepsi dan citra destinasi* dimata orang Malaysia agar lebih baik lagi yaitu berdasarkan identifikasi masalah yang ada terdapat masih lemahnya citra destinasi Kota Jakarta di mata orang Malaysia pada citra destinasi yang terendah yaitu pada faktor *travel environment*, ini terbukti benar karena dalam penelitian ini nilai rata – rata pada faktor tersebut ada pada posisi terendah. Hal ini menandakan bahwa Kota Jakarta belum menciptakan dengan baik lingkungan yang aman, nyaman, bersih, dan rapih untuk dikunjungi menurut orang Malaysia yang belum pernah datang ke Jakarta. Namun, pada kenyataannya angka kunjungan orang Malaysia ke Jakarta masih tinggi tiap tahunnya, disebabkan pada faktor ini masih diakuinya bahwa orang Jakarta masih menjunjung tinggi keramah-tamahan. Maka dengan ini disarankan, sebaiknya Pemerintah Daerah DKI Jakarta selalu menciptakan rasa aman dan tenang serta lingkungan yang bersih dan rapih. Tidak hanya untuk orang Malaysia atau wisatawan yang berkunjung melainkan untuk masyarakat Kota Jakarta sendiri.

Identifikasi masalah berikutnya yaitu belum diketahuinya persepsi orang Malaysia tentang Jakarta, ini terbukti benar karena dalam penelitian ini nilai rata-rata komponen afektif ada pada posisi terendah. Hal ini membuktikan bahwa Pemerintah DKI Jakarta serta peran masyarakat Jakarta belum

memberikan kenyamanan dalam berwisata belanja, akomodasi, pemandangan alam yang asri, serta iklim yang mendukung untuk melakukan wisata. Maka dengan ini disarankan, Pemerintah DKI Jakarta harus menambah aparat keamanan di pusat keramaian untuk menjaga keamanan dan ketertibannya. Kemudian langkah baiknya adalah membuat Taman Kota lagi untuk menambah pemandangan Kota Jakarta sehingga dapat mengurangi pemanasan global.

Maka dari itu perlu adanya Penelitian lebih lanjut tentang penelitian strategi Pemerintah dalam mempromosikan potensi pariwisata Kota Jakarta. Agar persepsi orang Malaysia tentang citra destinasi Kota Jakarta baik atau dapat memberikan persepsi setuju bahwa citra destinasi Kota Jakarta baik dimata orang Malaysia.

DAFTAR PUSTAKA

- Data Statistik Kunjungan Orang Malaysia Ke Jakarta. <http://jakarta.bps.go.id> (Diakses pada tanggal 21 Agustus 2014) Data Populasi Penduduk Malaysia. www.statistic.gov.my (Diakses pada tanggal 20 September 2014).
- Kuncoro, M. 2013. Metode Riset: Untuk Bisnis & Ekonomi edisi ke – 4. Jakarta: Erlangga.
- Mar’at. 1981. Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Qu, Hailin. et al. 2010. A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. Journal homepage: www.elsevier.com/locate/tourman
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabet