

## **Latar Belakang**

Sebagai kota wisata, Yogyakarta adalah kota tujuan wisata kedua di Indonesia setelah Bali. Diperkirakan sebanyak 350.000 sampai 400.000 wisatawan akan berkunjung ke Kota Yogyakarta selama musim libur sekolah yang berlangsung Juni-Juli. Yogyakarta sebagai Kota Wisata terkenal dengan angkutan tradisionalnya seperti andong, sepeda roda dua dan becak. Dari ketiganya becak mendominasi angkutan tradisional di kota ini, baik untuk angkutan sehari-hari maupun sebagai angkutan tradisional yang sangat digemari oleh wisatawan. Disamping itu, becak Yogya bebas beroperasi di mana saja dan kapan saja, tanpa batas waktu dan wilayah. Oleh karena itu, angkutan tradisional seperti becak dapat dijadikan satu potensi tersendiri sebagai sarana promosi pariwisata. Hal itu tidak dipungkiri oleh kalangan perhotelan di Yogyakarta.

**TEMA: MEMPERTAHANKAN BECAK SEBAGAI IDENTITAS**

## YOGYAKARTA

### ISU STRATEGIS:

#### KEMACETAN DAN KEBUTUHAN EKSISTENSI BECAK

#### INFORMASI YANG INGIN DIPEROLEH DILAPANGAN

Kemacetan teratasi	Kebutuhan terpenuhi
	Kesejahteraan: 1. Tarif 2. Retribusi 3. Akses terhadap pinjaman modal 4. Kebutuhan hidup 5. Pendapatan
	Duta Wisata 1. Kolaborasi dengan pelaku wisata 2. Apakah dapat pelatihan wisata (apa saja) 3. Pengetahuan tentang objek wisata 4. Sektor Keamanan 5. Kenyamanan 6. Tarif
	Non Wisata 1. Kebutuhan masyarakat terhadap becak 2. Tarif Becak

#### INFORMAN

TIM A (Aku dan Pak Syaiful)	TIM B (Pak Hari dan Pak Kurnia)
1. Asapabeta (Paguyuban Becak)	Masyarakat Pengguna Becak 1. Wisatawan 2. Non Wisatawan 3. Pedagang
2. Pemilik Becak	Pengguna Jalan 1. Mobil 2. Motor 3. Pejalan Kaki
3. Penarik Becak	

--	--

**TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

- **Observasi**
- **Wawancara**
- **Melalui media internet**

**HASIL LAPANGAN?**

**ANALISA?**

**STRATEGI ADVOKASI?**

(untuk mengatasi kemacetan dengan tetap memenuhi kebutuhan jasa transportasi becak)