

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dari beberapa narasumber di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul, mengenai Strategi Pesan Media dalam Upaya Mempertahankan Citra Pariwisata Kabupaten Bantul sebagai Kota Budaya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Strategi pesan dengan mengangkat cerita legenda, sejarah dan tradisi masyarakat dalam sebuah konsep budaya yang digunakan oleh Disbudpar dalam upayanya mempertahankan citra kota Budaya. Selain itu keterkaitan cerita legenda dan sejarah antara Yogyakarta dan Kabupaten Bantul dijadikan sebuah daya tarik yang dianggap oleh disbudpar mampu untuk mempertahankan citra dan juga menarik minat kunjungan wisatawan.

Strategi pesan tersebut kemudian diimplementasikan melalui media promosi yang sesuai yaitu, *booklet*, *company profile* dan kalender *event*. Media promosi yang digunakan oleh Disbudpar dalam upaya mempertahankan citra mempertimbangkan target sasaran, isi pesan, dan jangka waktu media tersebut bertahan. Pemilihan media nirmassa yang dianggap paling tepat oleh Disbudpar.

Sesuai dengan target khalayaknya yaitu calon wisatawan domestik maupun mancanegara. Strategi pesan untuk mempertahankan citra yaitu “Kota Budaya” didukung dengan potensi- potensi dan tradisi yang dimiliki masyarakat, serta ketertarikan masyarakat pada cerita- cerita legenda yang menarik. Disbudpar menyadari selain pesan yang disampaikan perlu pula memperhatikan pesan persuasi dan informasi serta dipengaruhi oleh aspek visual seperti warna, ilustrasi, dalam sebuah media yang digunakan. Terbentuknya sebuah citra dan juga dalam upaya mempertahankan citra Disbudpar sadar akan peran penting Sumber Daya Manusia (SDM).

SDM yang baik agar pengelolaan tempat dan potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Bantul tetap terjaga dan terolah dengan baik. Maka melalui Citra Kabupaten Bantul sebagai bagian dari sebuah budaya Jawa khususnya keraton, yang erat dengan kebudayaan, tradisi dan sejarah kota Yogyakarta terus berusaha dipertahankan, Kabupaten Bantul juga berusaha mengembangkan citra wisata yang mampu meberdayakan ekonomi masyarakat sekitar.

## **B. Saran**

Dinas kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Bantul sebagai lembaga yang membentuk dan juga mempertahankan Citra yang telah melekat pada pariwisata Kabupaten Bantul dapat mengembangkan Pariwisata kabupaten Bantul melalui perkembangan media dan teknologi. Namun saat ini keterbatasan SDM di Disbudpar sebagai pengelola citra dan media masih belum maksimal, masih terbatas pada SDM yang

mengerjakan. Sehingga dalam mempertahankan citra Pariwisata Kabupaten Bantul masih terbatas pada media nirmassa saja. Diharapkan nanti kedepannya dapat menggunakan *new media*. Kemudian, pemahaman pentingnya sebuah strategi dalam pesan lebih ditingkatkan dan dibentuk konsep yang jelas, agar isi pesan yang diterima khalayak lebih lagi diterima dan pesan- pesan penting yang mencitrakan pariwisata lebih dapat diterima, sehingga mampu mempertahankan citra dan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Serta perlu untuk dapat memberikan karakteristik pada target sasaran, agar pesan yang diterima dapat sesuai dengan target sasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. Bandung: Armico
- Cutlip, Scott M. Center Allen H, Broom, Glen M. 2006. *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice hall, Inc.
- \_\_\_\_\_. 2000. *Effective Public Relations*. .New Jersey: Pretice Hall
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Hubungan Masyarakat Suatu Study Komunikaslogis*. Remaja Karya
- \_\_\_\_\_. 1986. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remadja Karya
- \_\_\_\_\_. 2003. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Elvinaro, Ardianto, Soleh Soemirat. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hardiman, Ima. 2006. *400 Istilah PR: Media & Periklanan*. Jakarta: Gagas Ulung
- Iriantara, Yosai, & Surachman, A.Yani. 2006. *Public Relations Writing Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kualitatif dan Kuantitatif)*. Jakarta : Gaung Persada Press
- Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations*. diterjemahkan oleh Haris Munandar. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *PR Writing*. Jakarta: Prenada Media Group.
- \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Edisi kedelapan. Bandung; Remaja Rosdakarya
- Narbuko, Cholid & Achmadi, Abu. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara

- Ngurah Putra, I Gusti. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*, Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta
- Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Seitle, P Fraser. 1995. *The Praticce Of Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall Inc
- Sulaksana, Uyung.2005. *Intergrated Marketing Communications teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Suwarno, Suprihatin & Wayan Dana. 2012. *Parangtritis Multi Obyek Wisata*. Bantul: Lembah Manah
- Venus, Antar. 2004. *Manajemen Kampanye: Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengekfetifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Wasesa, Silih Agung. 2006. *Strategi public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

### **Skripsi**

- Anglaina, Ajeng Ayu. 2012. *Karakteristik Penulisan Pesan dalam Naskah humas untuk Mempertahankan citra Perusahaan*.Univesrsitas Atma Jaya Yogyakarta.

### **Website**

- (<http://www.budpar.go.id/budpar/asp/detil.asp?c=20&id=767>, diakses tanggal 9 September 2012)





**DINAS KEBUDAYAAN & PARIWISATA  
KABUPATEN BANTUL**

Jl. Lingkar Timur - Bakulan (0274 - 6460222) Bantul 55185  
e-mail: [dinas.pariwisata@bantulkab.go.id](mailto:dinas.pariwisata@bantulkab.go.id) website: [www.diparda.bantulkab.go.id](http://www.diparda.bantulkab.go.id)

2012



**Obyek dan Daya Tarik Wisata  
Kabupaten Bantul**



**Tourist Objects and Attractions of Bantul Regency**



### TAMAN REKREASI TIRTOTAMANSARI

Terletak di pusat Kota Bantul, tepatnya dari Masjid Agung Bantul ke timur sekitar 500m. Tempat rekreasi ini menyediakan kolam renang untuk orang dewasa dan anak-anak serta arena bermain anak-anak. Tersedia juga restoran-gasebo dengan aneka jenis makanan dan minuman. Untuk informasi lebih lanjut silakan menghubungi Telp. 0274-7822 786.



*A recreation park named Tirtotamansari is located in Trirenggo village, Bantul subdistrict. This park is equipped with swimming pools, playground, and a restaurant. For further information, please call 0274- 7822786.*



### AGROPOLITAN MANGUNAN

Daya tarik wisata di Desa Mangunan Dlingo ini berupa pemandangan yang indah karena terletak di area perbukitan dengan hawa yang segar dan menawarkan aneka jenis buah-buahan. Selain itu juga terdapat *camping ground* dan lintasan untuk sepeda gunung.



*Enjoy the fresh fruits that you can pick from the trees among the magnificent panoramic scene from the hill. Located about 35 km southeast of Jogja city, this resort also provides camping ground and mountain bike tracks. For further information please contact Mr.*



*Sumadi at 0816689425.*

### AGROWISATA ARGOREJO

Agrowisata ini terletak di Dusun Pdaman, Argorejo, Sedayu, sekitar 15 Km barat Kota Jogja. Di tempat ini wisatawan dapat menikmati aneka produk jamur merang dan buah pisang. Selain itu wisatawan juga dapat memancing dan menikmati langsung hasilnya. Juga tersedia kolam renang untuk anak-anak.



*Agrotourism area of Argorejo village in Sedayu subdistrict, some 15 km west of Jogja city, offers you the product of "jamur merang" (volvariella volvacea) and bananas. Here you can also enjoy fishing activities.*

### MAKAM RAJA-RAJA MATARAM IMOIRI

Makam ini terletak di sebuah bukit di Pajimatan, Girirejo, Imogiri, sekitar 20 Km tenggara Kota Jogja. Komplek makam ini dibangun oleh Sultan Agung Hanyokrokusuma antara tahun 1613-1645. Areal makam dibagi menjadi 2 bagian yaitu Makam Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat (sebelah timur) dan Makam Kasultanan Surakarta (sebelah barat). Untuk menuju komplek ini, wisatawan harus menaiki sekitar 245 buah anak tangga dan harus berpakaian adat Jawa.



### Imogiri Royal Cemetery

*Situated some 20 km southeast of Jogja City, this Royal Cemetery is divided into two parts; one belongs to Surakartan family and the other is owned by Yogyakarta Sultanate. It opens every Sunday and Monday at 10.00 and every Friday at 13.00. You have to climb a staircase of 345 footsteps to reach the top of the Imogiri hill where the cemetery lies and may have to wear Javanese traditional cloth for it.*

### MAKAM SENIMAN GIRISAPTO

Komplek makam ini juga terletak di Pajimatan, Imogiri, berada di sebelah barat komplek Makam Raja-raja Mataram Imogiri.



Komplek makam ini merupakan tempat pemakaman para tokoh seniman dan budayawan. Komplek ini dibangun oleh Alm. Sapta Hudojo, dimana beliau juga dimakamkan di tempat ini.

*Jogja Artist Cemetery of Girisapto is located in Pajimatan, west of Mataram Royal Cemetery of Imogiri, about 20 km south of Jogja city. It was founded by the late Sapta Hoedaya, who was also buried in this place.*



foto : Jenar Budi S



foto : Alf Tunggal A



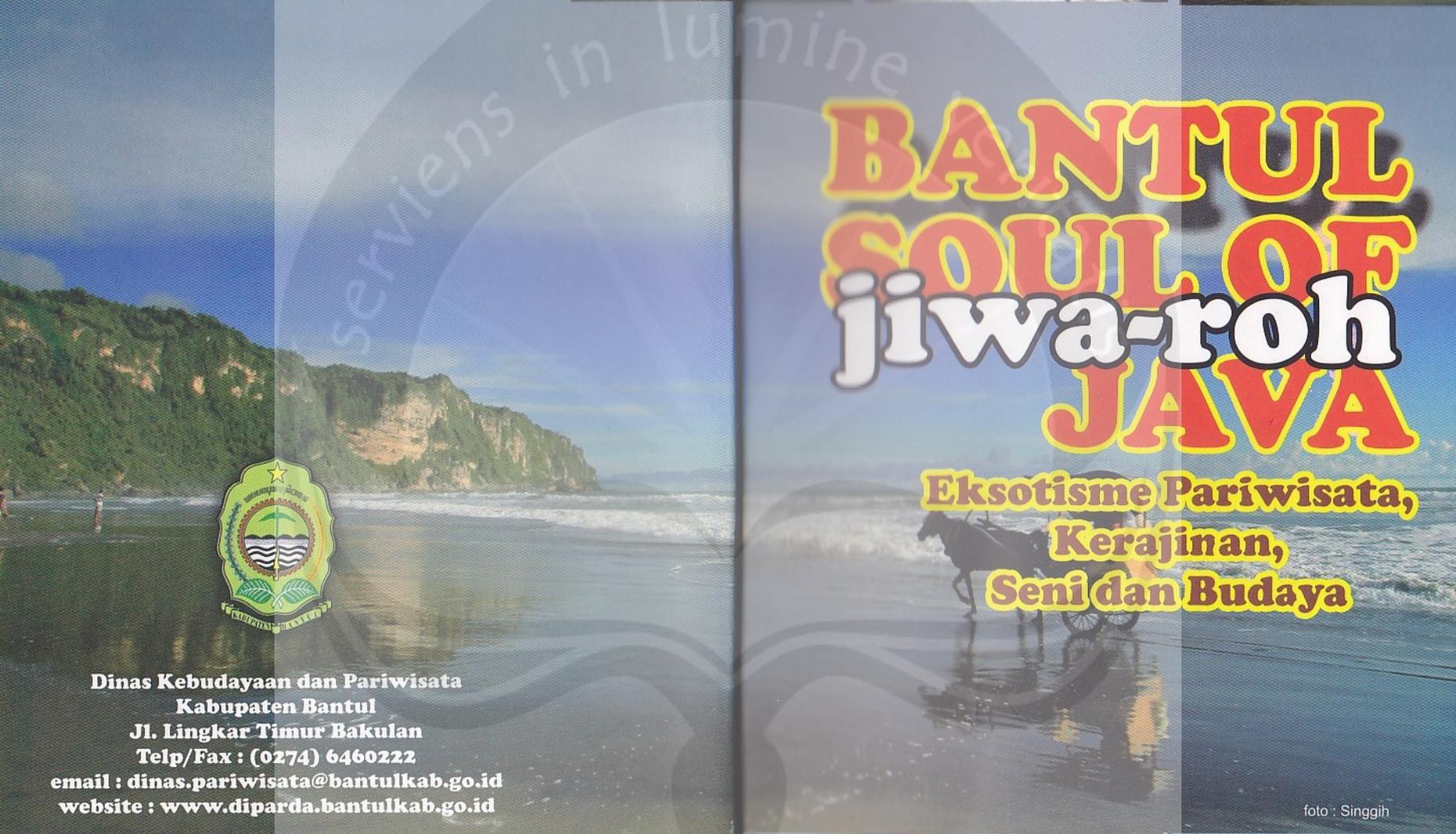
foto : Martin



foto : Johannes Adi W



foto : Bayu Nadya



# BANTUL SOUL OF jiwa-roh JAVA

**Eksotisme Pariwisata,  
Kerajinan,  
Seni dan Budaya**

**Dinas Kebudayaan dan Pariwisata  
Kabupaten Bantul  
Jl. Lingkar Timur Bakulan  
Telp/Fax : (0274) 6460222  
email : dinas.pariwisata@bantulkab.go.id  
website : www.diparda.bantulkab.go.id**

foto : Singgih



## Pantai Pandansimo / Pantai Baru

Pantai ini berada di Desa Pocosari, Kecamatan Srandakan Kurang lebih 20 km barat daya Kota Bantul. Terletak bersebelahan dengan Muara Sungai Progo, merupakan pantai paling barat dari deretan Pantai Selatan yang masuk wilayah kabupaten Bantul. Selain panorama pantai yang sangat indah, Pantai Pandansimo juga terdapat objek wisata ziarah seperti Pandanpayung dan Pandansari.



Salah satu hal yang dapat menarik minat wisatawan adalah di sini wisatawan dapat berbelanja ikan laut langsung dari nelayan lokal. Nama Pandansimo sendiri berasal dari kata “Pandan” (pohon pandan.) dan “Simo” (macan). Di sini juga terdapat berbagai atraksi diantaranya upacara tradisi Merti Dusun, upacara labuhan sedekah laut nelayan Pandansimo dan pentas seni budaya.

### ***Pandansimo Beach / The New Beach***

*This beach is located in Pocosari Village, Subdistrict of Srandakan, about 20 km south west of Bantul City. It is situated near Progo River Mouth, and is the most western h of the Southern beach in Bantul Regency. Apart from the beautiful beach panorama, there is also pilgrimage places*



*in pandansimo beach such as Pandanpayung and Pandansari. One of interesting factions that attracts tourists is that they can fish directly from the fishermen. The name 'Pandansimo' it self originates from the words “Pandan” (pandan tree) and “Simo” (tiger). There can also be found some attractions here i as the traditional ceremony Merti Dusun, offering ceremony (labuhan) by the Pandansimo fishermen, and cultural shows.*



**DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA  
KABUPATEN BANTUL**

Jl. Tentara Pelajar (Lingkar Timur Manding)  
Tlp. 0274 - 6460222

website: <http://disbudpar.bantulkab.go.id>

email: [dinas.pariwisata@bantulkab.go.id](mailto:dinas.pariwisata@bantulkab.go.id)

2012

**CALENDAR OF EVENTS 2013**

**KABUPATEN BANTUL**



### Upacara Kupatan Jolosutro

diadakan sebagai ungkapan syukur kepada Tuhan YME atas berkah hasil pertanian, sekaligus mohon berkah untuk tahun mendatang. Ritual yang merupakan permohonan doa kepada Nabi Muhammad SAW, Sunan Geseng, dan para leluhur lainnya ini biasanya diadakan pada hari Senin Legi bulan Juli di lapangan Jolosutro, Piyungan yang pada tahun ini jatuh pada tanggal 1 Juli 2013.

### Ceremony of Kupatan Jolosutro

Held annually on Monday Legi in the month of July, this rite took place in Jolosutro field, in the Sub-district of Piyungan. The ritual is aimed at expressing gratitude for God's blessing for the successful harvest, sending prayer for the late religious leader Sunan Geseng, and preserving this esteemed legacy of culture. It will probably be held on 1 July 2013.



### Dekahan Gedhe Dusun Payak

Upacara adat ini biasanya dilaksanakan pada hari Senin Pon bulan Juli setiap tahunnya. Sebagai ungkapan rasa syukur atas limpahan karunia Tuhan YME dan memohon keselamatan dan kemudahan rejeki, masyarakat Dusun Payak, Piyungan berencana untuk melaksanakan upacara ini pada tanggal 8 Juli 2013. Informasi lebih lanjut dapat menghubungi

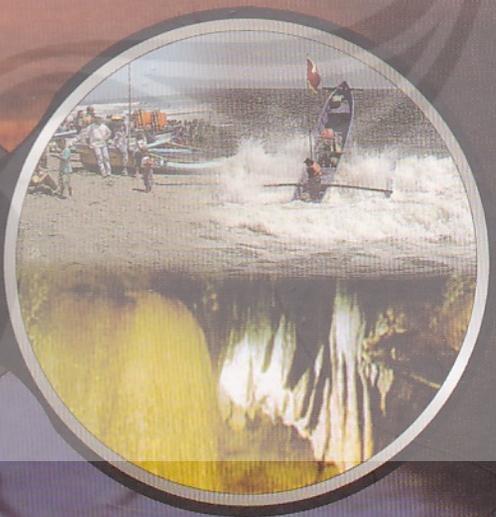
A Thanksgiving ritual named Dhekahan Gedhe of Dusun Payak in Srimulyo Village, Subdistrict of Piyungan, Bantul, constitutes an expression of the local people to thank God for His favour of daily food, and a prayer to beseech more abundant food for the following years. It is usually held on Monday of Pon in July. This year it will probably be carried out on 8 July 2013, started at 1 p.m.



# INDONESIA :

## Profil dan Informasi Peluang Investasi Bisnis Pariwisata di Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta

*Profile and the Information of Tourism Investment  
opportunities in Bantul, the Special Region  
of Yogyakarta*





Pemerintah Kabupaten Bantul  
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata  
*Bantul Regency  
Culture and Tourism Affairs*

## Parangkusumo

Parangkusumo adalah salah satu lokasi yang dipandang keramat di Kawasan Pantai Parangtritis. Dalam budaya Jawa lokasi ini dianggap sebagai gerbang utama menuju Kraton Gaib Laut Selatan, tempat tokoh mitos Ratu Kidul memerintah. Berbagai acara labuhan baik dari Kraton Yogyakarta maupun dari masyarakat dilaksanakan di Pantai Parangkusumo.



## Parangkusumo

Parangkusumo is part of Parangtritis Beach that is considered sacred. In the Javanese tradition, this place is considered to be the main entrance to the Mystical Kingdom of Indian Ocean, where Ratu Kidul (Queen of the South) rules. Many kinds of 'labuhan' ceremonies either from Yogyakarta palace or from the people are held in Parangkusumo



## Pantai Depok

Pantai Depok adalah daerah perkampungan nelayan di Kawasan Pantai Parangtritis, tepatnya di sebelah timur muara Sungai Opak. Di sini pengunjung bisa menyaksikan kehidupan sehari-hari nelayan sekaligus membeli ikan segar dari pasar ikan setempat serta menikmati masakannya di warung-warung makan yang tersedia.



## Depok Beach

Depok Beach is Fishermen Village in Parangtritis Beach Area, precisely in the eastern part of Opak River mouth. Here visitors can see the daily life of the fishermen while purchasing fresh fish from the local market and also enjoy the cuisine in the food stalls





# LOMBA FOTO WISATA - BUDAYA BANTUL DALAM JEPRETAN 2013



Tema Lomba

"Wisata - Budaya Bantul dalam Jepretan 2013"

Kategori Lomba  
Wisata dan Budaya

Peserta Lomba  
Umum (Amatir, Profesional, Mahasiswa, Pelajar,  
Masyarakat Umum)

#### Hadiah :

- Juara I : Trophy Bupati Bantul, Piagam dan Uang sebesar Rp 3.000.000,00
- Juara II : Trophy Bupati Bantul, Piagam dan Uang sebesar Rp 2.500.000,00
- Juara III : Trophy Bupati Bantul, Piagam dan Uang sebesar Rp 2.000.000,00

- Harapan I : Trophy Kadin ParBud Bantul, Piagam dan Uang sebesar Rp 1.500.000,00
- Harapan II : Trophy Kadin ParBud Bantul, Piagam dan Uang sebesar Rp 1.250.000,00
- Harapan III : Trophy Kadin ParBud Bantul, Piagam dan Uang sebesar Rp 1.000.000,00

5 Pilihan Foto Pilihan Trophy, Piagam dan Uang sebesar masing-masing Rp 300.000,00

\*\*\*pajak hadiah ditanggung pemenang

#### Keterangan Umum :

1. Lomba ini terbuka untuk umum (WAN).
2. Karya foto yang dikirim adalah karya ciptaan sendiri (diambil mulai tanggal 1 Januari 2013), belum pernah dipublikasikan
3. Foto yang dikusutertakan dalam kompetisi hasil foto dari pemotretan menggunakan kamera digital.
4. Peserta diberikan kebebasan dalam memilih objek fotografi yang sesuai dengan tema di sepanjang wilayah Kabupaten Bantul.
5. Setiap Objek Foto di luar wilayah Kabupaten Bantul, tidak dapat dikusutertakan dalam kompetisi (Rikan dilasukan setelah awal setelah deadline akhir jadwal pelaksanaan Lomba Foto pilihan).
6. Setiap foto mohon dibungkus identitas diri peserta seperti: Kategori Lomba, Nama Fotografer, Juara Foto, Event, Alamat, Nomor HP, e-mail, Identitas Diri (Kartu Mahasiswa, SIM, atau KTP).
7. Hak Cipta melekat pada Fotografer.
8. Seluruh karya yang masuk ke panitia akan diseleksi oleh Dewan Juri, untuk mendapatkan 50 nominasi karya yang selanjutnya akan dipilih 10 nominasi terbaik yang terdiri dari:
  - a. 6 karya foto juara
  - b. 5 karya foto favorit pilihan
9. Karya foto diberikan panitia paling lambat tanggal 30 September 2013 pukul 15.00 WIB.
10. Nama pemenang akan diumumkan via e-mail dan <http://kabupaten.bantulkab.go.id/> pada tanggal 5 Oktober 2013.

#### Tata Cara/Prosedur Pengiriman Karya :

1. Karya foto diserahkan dalam bentuk softcopy dikirim dengan ukuran sisi terpanjang 1500 pixel, disimpan dalam format JPG atau 8. Besar foto maksimal 1 MB. Serta dalam bentuk hardcopy format 12 R. Apabila melewati batas maksimal ketentuan ini, foto/pengiriman ditolak oleh panitia.
2. Mengisi form data peserta yang disediakan panitia dengan lengkap.
3. Semua dimasukkan dalam amplop tertutup.

#### Informasi :

Sekretariat Lomba Foto - Jl. Lingkar Timur Bakulan, Kompleks B. Kantor Pemda Bantul, Munding, Satebdodadi, Bantul, DIY  
Telp : (0274) 6480232 a n Ramdan dan Zaenal (Panitia lomba Foto)  
e-mail : [alinas.pariwisata@bantulkab.go.id](mailto:alinas.pariwisata@bantulkab.go.id)  
web : <http://lombafotowisatabudayabantul2013.wordpress.com>  
<http://kabupaten.bantulkab.go.id>



Ditandatangani Oleh :



Bantul

## Transkrip wawancara Informan 1

Informan 1 : Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul

Tempat : Kantor Disbudpar jl. Lingkar Timur- Bakulan

Waktu : Rabu, 3 Juli 2013

Waktu : 09.30 wib

1. Menurut bapak, bagaimana dengan pariwisata kabupaten Bantul saat ini?  
pariwisata itu ya jadi suatu bagian penting ya, Kabupaten Bantul diketahui masyarakat luas ya salah satunya dari pariwisatanya. Pariwisata juga membantu pembangunan kabupaten Bantul. Pariwisata itu bisa menjadi sebuah identitas dari keberadaan sebuah wilayah, demikian juga Kabupaten Bantul, dan hingga kini Pariwisata kabupaten Bantul terus berkembang. Semakin banyak juga daerah- daerah yang mulai sadar bahwa ada potensi wisata. jadi saat ini pariwisata kabupaten Bantul terus mengalami perkembangan.
2. Apa defnisi Citra menurut bapak sebagai Kepala Dinas?  
Citra itu adalah sesuatu yang melekat yang diingat dan menjadin identitas sesuatu. Hal yang dibentuk dan muncul berdasarkan penilaian masyarakat, sesuai dengan informasi dan pengalaman yang masyarakat alami. Ya, klo Bantul memiliki banyak wisata alam, potensinya macam- macam
3. Apakah citra penting bagi sebuah pariwisata?  
Jelas penting, kan dengan adanya citra itu memberikan identitas, apalagi bagi sebuah tempat wisata, kalau citra yang dikenal baik, kan otomatis juga mempengaruhi perkembangan wisatanya. Bantul itu pariwisatanya memang banyak lekat dengan beberapa identitas. Ya makna, ya alamnya, tempat- tempatnya juga.
4. Menurut bapak media memiliki peran penting dalam membentuk dan mempertahankan citra?  
Ya jelas, media kan ada booklet kalender event itu kan didalamnya terdapat berbagai informasi tentang tempat- tempat wisata dan potensi wisata di Bantul, otomatis memberikan gambaran kepada masyarakat ada apa di Bantul dan juga itu salah satu cara menarik wisatawan berkunjung. Bantul bisa dicirikan dengan apa yang ada di media itu.

Lampiran 2: transkrip wawancara informan 2

Partisipan 2: kepala bagian promosi

Tempat : Ruang Kantor bagian Promosi

Waktu: 09.00-11.00, 10.00-11.00

1. Menurut bapak bagaimana citra pariwisata Kabupaten Bantul saat ini pak?

Citra pariwisata Bntu saat ini masih terus berkembang ya, maksudnya berkembang kalau dulu ya orng taunya Cuma parangtritis, gudeng manggar, makam raja- raja di Imogri. Mungkin Cuma itu yang diketahui, tapi kan saat ini terus bergerak, pada Tahun 2006 gempa Jogja itu, kan pusatnya di Bantul. nah dari situ orang mulai mau tahu tentang Bantul, ya sempat sepi kunjungan pasca gempa bumi itu, tapi ya syukur kemudian sekarang pelan- pelan sudah mulai naik lagi kunjungan ke Bantul.

2. Citra menurut bagian itu apa?

Klo citra itu gambaran yang ditangkap oleh orang atau wisatawan melalui media yang dipromosikan. Sesuatu yang melekat pada sebuah tempat. Dan citra Pariwisata Kabupaten Bantul di identikan dengan apa yang mudah ditangkap oleh wisatawan. Citra tersebut dapat terbentuk melalui kuliner yang dimiliki, kekhasan dari apa yang dikelola atau hasil dari sebuah tempat wisata di setiap potensi wisata kabupaten Bantul. Bantul kan punya daerah yang banyak dan termasuk cukup luas. Kebiasaan dan tradisi juga banyak, citra Bantul dulu sempat dikatakan “kota Geplak”, karena kan oleh- oleh dari Bantul yang khas ya geplak itu, terus kota budaya juga, jadi citranya banyak karena wilayah.

3. Media menurut bapak itu apa sih Pak?

Media sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi, kalau Dinas kebudayaan dan pariwisata ya untuk menunjukan dan mengenalkan potensi- potensi wisata dan kebudayaan yang ada di kabupaten Bantul.

4. Alasan kenapa disbudpar menggunakan media booklet, company profile dan media lainnya?

kami memiliki beberapa media, kami masih banyak menggunakan media cetak karena menurut kami dengan media yang dicetak lebih bisa menyampaikan informasi dengan baik. Selain itu kan apabila bentuknya cetak, lebih mudah dibaca dibawa. Jadi ya itu yang menjadi alasan kami lebih memilih media yang dicetak. Pemilihan media itu pada dasarnya ingin memenuhi keingintahuan masyarakat luas, memberikan informasi kalau ada tempat wisata dan kebudayaan

di Kabupaten Bantul, serta yang pasti mempromosikan kabupaten Bantul secara luas. Namun tidak hanya itu saja, dalam pemilihan media juga memperhitungkan jangkauan dan dampak yang diperoleh dari penggunaan media tersebut. sejauh ini penggunaan media yang ada sudah cukup baik, adanya penggunaan media-media cetak seperti brosur, booklet, spanduk, media yang dicetak dibantu dengan melalui pameran dan travel dialog agar lebih jelas dan berhadapan langsung dengan masyarakat, jadi kalau mau tanya langsung itu bisa. Kami pernah juga mengadakan kunjungan kesekolah- sekolah di luar Jogja ya, kalau cuma diceritakan aja mereka itu bingung, jadi pakelah booklet kan jelas disitu apa saja wisata yang dipunyai Bantul, nah klo masih belum jelas baru tanya. Jadi membantu mbak adanya booklet, kalender event gitu. Jadi adanya media itu sarana yang bagus bagi dinas kebudayaan dan pariwisata untuk memperkenalkan secara luas potensi- potensi dan kebudayaan di Kabupaten Bantul, agar masyarakat tahu dan mau berkunjung. Mempermudah untuk menjangkau masyarakat.

5. Strategi menurut bapak dan apa yang digunakan dalam membuat pesan?

Kalau strategi itu sendiri merupakan bagian terpenting dalam sebuah konsep atau rencana yang dibangun. Perencanaan yang baik adalah ketika memiliki strategi bagaimana menjalankannya. Jadi strategi itu ya seperti penunjuk arah tujuan sebuah rencana, mau diapakan dan dibawa kemana. Nah strategi kami itu sebenarnya simple tapi malah khusus mbak, sangat menguntungkan ketika wisatawan banyak mengetahui Yogyakarta, sebagai kota Budaya. Citra yang melekat erat tersebutlah membantu kabupaten Bantul untuk dapat menarik wisatawan, karena ada keterkaitan antara budaya di kota Yogyakarta dengan wilayah-wilayah atau tempat di kabupaten Bantul, itu sudah menjadi salah satu daya tarik Kabupaten Bantul. Sudah ada citra Yogyakarta merupakan kota budaya, dan mau gak mau orang ingin mengetahui budaya Yogyakarta secara dalam, otomatis kabupaten Bantul ada didalamnya. Itu sebenarnya yang mempermudah strategi pesan kami sebenarnya sangat terkait dengan adanya citra Pariwisata Yogyakarta yang melekat kepada daerah- daerah salah satunya Kabupaten Bantul. Jadi yang menjadi strategi pesan kami menonjolkan Kabupaten Bantul sebagai kota budaya. Namun dalam pembuatannya sebuah strategi pesan yang kami lakukan itu lebih kepada konsep dan yang penting itu penjelasan yang jelas dan

dimengerti maksud dari pesan itu, yang pasti agar lebih menarik dibuat berwarna, diberi gambar atau foto, dan jenis kertas cetak yang juga baik. Itu menjadi strategi kami. Tetap ada nilai estetika, kan kalau melalui media yang di cetak itu pertama yang penting menarik dulu secara visualnya.

6. Target sasaran dari media dan tahapan dalam membuat pesannya itu apa saja pak?

targetnya sasaran itu ya, seluruh masyarakat atau orang-orang yang nantinya akan dikenai informasi dari media yang dipilih. Seperti biasa targetnya itu seluruh masyarakat, baik masyarakat asli Bantul maupun masyarakat luar daerah juga. Secara khusus para pelajar, namun pada dasarnya target sasarannya itu tidak terbatas. Ya masyarakat umum, tapi seperti tadi kami punya program khusus untuk pelajar, kan Bantul punya wisata sejarah, dan wisata edukasi juga, jadi ya bisa menjadi tujuan buat sekolah-sekolah untuk melakukan study di Bantul. kan sebelum membuat pesan tu kami membuat panitia dulu, jadi tidak hanya bagian aja, tapi mencangkup banyak bagian. Kan kalo tahapan pertama itu memang panitia dulu,, kita mau bikin apa medianya, poster atau booklet atau apa, terus dalam rapat itu siapa to yang jadi sasaran, isi pesannya mau ngangkat apa, kan perlu ditentukan, klo buat acara yang seperti kami punya Putra Putri Bantul, nah itu pake poster karena waktunya kan ga lama, klo booklet kan dipakai sampai lama, jadi perlu punya perbedaan isi pesan. rata-rata media yang dibuat itu memiliki lama sebentar media dipakai, seperti booklet itu bisa sampai setahun baru membuat yang baru, tapi terkadang kalau ada peristiwa atau pembaruan dari perkembangan wisata ya perlu diupdate lagi informasinya. Spanduk, poster tu juga banyak dipakai tapi digunakan pada saat akan ada event atau saat sedang berlangsung eventnya. Jangka waktunya pendek kalau spanduk dan poster itu.

7. Pesan apa yang menjadi strategi dari media?

Kalau strategi pesan kan sudah kayak disampaikan tadi, kekhasannya ya karena sudah ada citra Yogyakarta kebudayaannya dan sejarahnya kan Bantul ambil bagian disitu. Cuma kalau yang jadi pesan yang diangkat dan sekarang sedang berusaha kami tingkatkan itu ya dari wisata Parangtritis. memang keberadaan Parangtritis itu sudah banyak diketahui dari zaman dulu. Parangtritis itu kan punya sejarah panjang yang melibatkan beberapa kerajaan Mataram Islam. Kalau mau belajar sejarah Parangtritis itu panjang. Dari sejarah dan legenda yang melekat ini

lah sebenarnya menjadi hal yang menarik dan kekhasan wisata di Kabupaten Bantul. legenda dan sejarah, kegiatan, serta tempat- tempat yang ada disekitar Parangtritis inilah yang menjadi sebuah pesan yang khas dan kami jadikan strategi kami yang ada di media kami. Pokoknya mbak, sampai saat ini wisata parangtritis itu masih jadi idola, didukung cerita- cerita sejarah, cerita legenda ya berkaitan dengan garis yang menghubungkan Gunung Merapi- keraton Yogyakarta- pantai parangtritis, selain itu banyak cerita sejarah religius juga kan di parangtritis, itu sudah jadi kekuatan strategi kami.

8. Seberapa penting daya tarik visual sebagai strategi pesan?

Ya namanya saja daya tarik visual pasti penting. Kan pertama yang bisa menarik minat orang untuk bisa istilahnya “menyentuh” kan ya daya tarik visuaknya dulu. Maknya disetiap booklet kami, poster, kalender itu semua selalu berwarna, kami sengaja memilih warna- warna dasar di booklet yang ini bermacam- macam warna terang , tujuan kami untuk menarik minat baca. Kalau pemilihan cover nya kan Cuma putih polos biasa, nah didalamnya kami buat berwarna agar lebih menarik. Kalau dilihat kan berwarna itu lebih enak dan tidak membosankan. Gak Cuma warna mbak, kan juga didukung dengan adanya gambar, foto- foto itu loo. Kalau mau lebih jelas memang yang baik itu ada gambar ada penjelasannya. Kalau ada foto itu kan apa yang nyata di lapangan itu tampak jadi ga bohong, kalau keberadaan tempat wisatanya bagus ya memang karena bagus dan layak dikunjungi. itu kan jadi daya tarik juga, dan memang kami itu lebih dominan pada foto untuk menjelaskan. Yang jelas sesuai strategi kami, mengangkat budaya ya foto yang di muat ya yang mendukung citra budaya itu dan dijelaskan pake pesan yang menarik. Yang pasti itu informasi sampai kepada masyarakat dan masyarakat mau untuk berkunjung.

Lampiran 2: transkrip wawancara informan 3

Partisipan 2: kepala sub Bagian kemitraan

Tempat : Ruang kerja Kemitraan

Waktu: 09.30- 10.30

1. Apa tugas kemitraan kaitannya dengan citra Pariwisata Kabupaten Bantul?

Kalau ditanya tugas, kami ini banyak ya mbak. Mungkin kalau bisa dilihat berkembangnya sebuah desa wisata salah satunya peran kami di kemitraan. Mbak kalau liat di tempat wisata itu ada guide ada orang- orang yang berjualan, kemudian ada anak- anak KKN kaitannya dengan wisata loh ya. Itu ya bagian dari tugas kami. intinya menjalin kerjasama dengan pihak- pihak luar maupun dalam pemerintahan untuk menunjang perlembangan pariwisata ya.

2. Apakah ada strategi khusus dari kemitraan dalam penyampaian pesan atau dalam kinerja untuk mendukung pesan?

“Menjalin kerjasama dengan berbagai pihak itu menjadi bagian penting dalam perkembangan wisata. maka dari itu kemitraan itu perlu untuk dilakukan, seperti bagaimana mengarahkan SDM dalam mengelola tempat wisata. itu tidak bisa sendiri harus bekerjasama dengan ahlinya, kemitraan menjadi sarana prasarana untuk membantu perkembangan wisata. kalau secara stratewgi pesan itu kan nanti ditentukan dalam rapat, kami sebgai bagian dari kemitraan yang memberikan kontribusi,, misalnya citra pariwisata Bantul itukan Budaya Jawa yang kental. Nah budaya Jawa itu terkait apa to? Nah itu yang kami kerjakan atau bantu sampaikan kepada masyarakat atau SDM yang mengelola tempat wisata. kalau pesannya aja angkat budaya, nanti kalo tidak diarahkan bagian SDM d lapangan tidak sesuai. Jadi kami lebih ke kerjasama agar mendukung bagaimana ini mempertahankan citra budaya di pariwisata Bantul. ya itu melalui berbagai macam kegiatan yang ada.”