

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Tourism Ambassador atau disebut juga Duta Wisata merupakan salah satu bentuk program kehumasan yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata DIY, Duta Wisata atau Dimas Diajeng DIY bertugas untuk mendukung visi dan misi yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata DIY. Selain itu aktivitas yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY merupakan bentuk kegiatan yang bertujuan untuk promosi, edukasi dan kegiatan sosial. Dengan adanya Duta Wisata diharapkan agar generasi muda dapat berperan aktif dalam melestarikan kebudayaan dan kearifan lokal yang ada di Yogyakarta, selain itu juga diharapkan dengan adanya Duta Wisata dapat memperkenalkan dan mengembangkan potensi pariwisata yang ada di Yogyakarta kepada khalayak luas.

Pariwisata merupakan salah satu bentuk potensi yang dimiliki oleh setiap daerah yang ada di Indonesia. Suatu daerah dikatakan maju dan berkembang apabila penduduknya dapat hidup mandiri dengan menggali potensi-potensinya yang ada dimana ia tinggal. Yogyakarta merupakan salah satu daerah dengan jumlah kunjungan wisata terbesar kedua di Indonesia setelah Bali. Penerapan pariwisata berbasis budaya merupakan bentuk upaya Dinas Pariwisata untuk menciptakan karakter pariwisata daerah sebagai daya tarik wisata untuk melakukan destinasi. Perbaikan fasilitas pendukung pariwisata terus dilakukan sebagai upaya pengembangan potensi wisata yang dimiliki.

Dalam Bab III ini peneliti akan memaparkan hasil data yang sudah peneliti dapatkan selama melakukan penelitiannya di Dinas Pariwisata DIY dan ketika peneliti melakukan wawancara mendalam dengan Dimas Diajeng DIY periode 2014-2016. Pada Bab III ini juga peneliti akan melakukan analisis data temuan dengan teori yang di gunakan pada kajian teori yang terdapat pada bab I.

A. Sajian Data

Pada penelitian ini, data dan informasi di peroleh untuk mengetahui bagaimana aktivitas Dimas Diajeng DIY dalam perannya sebagai *public relations* Dinas Pariwisata DIY pada periode 2014-2016. Dimas Diajeng DIY sebagai pendukung kegiatan humas yang terdapat di Dinas Pariwisata DIY memiliki peranan penting dalam upaya meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta dengan kegiatan promosi yang dilakukan.

Dimas Diajeng DIY sebagai Duta Wisata daerah memiliki Tujuan yang ingin dicapai dalam usahanya untuk memajukan dan memperkenalkan potensi wisata yang ada di Yogyakarta. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh dimas diajeng DIY berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti dapatkan adalah sebagai berikut :

“Kami berharap DIY menjadi satu-satunya daerah yang selalu di kunjungi oleh wisatawan baik manca negara maupun lokal dan menjadi salah satu pusat destinasi adat dan istiadat budaya terbaik di dunia. Karna memang jogjakarta istimewa dengan keramah tamahan warganya dan istimewanya jogja sebagai kerajaan yang berada di NKRI. Kami ingin ketika ada wisatawan yang datang mereka memiliki kesan bahwa jogjakarta tempo dulu masih ada dengan terus melestarikan adat dan istiadat budayanya. pariwisata DIY menjadi acuan untuk daerah-daerah lainnya dengan mempertahankan budaya yang ada di suatu daerah”, (Wawancara dengan Zulfambara Rahmat Arsyad, A.md ,ketua Ikatan Duta Wisata DIY 2014-2016, 12 Febuari 2017)

Dimas Diajeng DIY berusaha untuk terus menjaga dan melestarikan budaya lokal sebagai karakter yang dibangun dalam pariwisata yang ada di Yogyakarta. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh Dimas Diajeng DIY terhadap pariwisata yang ada di Yogyakarta dengan adanya Duta Wisata ialah, Dimas Diajeng DIY yakin dengan adanya duta wisata daerah, pariwisata yang ada di Yogyakarta dapat dikenal luas, Yogyakarta dapat menjadi acuan untuk daerah lain sebagai daerah dengan pusat destinasi terbaik dunia yang tetap mempertahankan budaya dan adat istiadat sebagai daya tarik yang dimiliki.

1. Peran Dimas Diajeng DIY

Dinas Pariwisata melalui Bidang pengembangan dan SDM mempercayakan Dimas Diajeng DIY sebagai pendukung kegiatan kehumasan dengan porsi yang dimiliki sebagai Teknisi PR. Hal ini disampaikan sesuai dengan wawancara yang peneliti lakukan dengan ketua bagian Pengembangan dan SDM Dinas Pariwisata DIY sebagai berikut:

“Peran Dimas Diajeng DIY sendiri dalam pariwisata Yogyakarta, mereka sebagai pendukung kegiatan kehumasan yang kami miliki. Lebih tepatnya lagi Dimas Diajeng DIY ini sebagai ikon dan media promosi yang kami miliki. Humas kan berarti mereka bekerja sebagai Public relations nya pariwisata Jogja. Peran dimas diajeng DIY dibawah naungan kami sebagai Teknisi PR lebih tepatnya, yang dimana mereka melakukan serangkaian komunikasi dalam bentuk promosi maupun publikasi dan sosialisasi terkait dengan pariwisata yang ada di Yogyakarta”, (Wawancara dengan Yemmy Rianawati, ST.,MT ,Kepala bagian Pengembangan dan SDM Dinas Pariwisata DIY, 17 Febuari 2017).

Dari data hasil wawancara yang peneliti dapat dengan bagian pengembangan dan SDM Dinas Pariwisata diatas, terlihat bahwa peran Dimas Diajeng DIY sendiri dibawah naungan Dinas Pariwisata DIY yang dimana perannya sebagai Teknisi

public relations. Dari wawancara diatas, aktivitas teknisi *public relations* yang dilakukan meliputi:

- 1) Kegiatan Komunikasi dan Publikasi
- 2) Kegiatan Promosi
- 3) Kegiatan Sosial dan Edukasi

Dari ketiga peran yang dimaksud pada wawancara diatas, Dinas Pariwisata DIY juga melibatkan Dimas Diajeng DIY dalam melakukan kegiatan promosi. Peran sebagai seorang praktisi dalam mengkomunikasikan seluruh potensi wisata yang dimiliki dijalankan sesuai dengan porsinya masing-masing. Berikut adalah hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan sub bagian promosi Dinas Pariwisata DIY:

“Sesuai dengan anggaran yang ada, sejauh ini kita melibatkan dimas diajeng DIY untuk melakukan promosi di luar negeri seperti china, malaysia dan thailand. Kami juga memberikan pelatihan terlebih dahulu sebelum mereka bertugas untuk melakukan promosi agar mereka menguasai materi wisata yang ada di jogja itu sendiri. Karna Tidak menutup kemungkinan mereka juga akan mempromosikan potensi wisata lain yang ada di jogja”, (Wawancara dengan Dra. Putu Kertayasa, Kepala bagian Promosi Dinas Pariwisata DIY, 15 Febuari 2017).

Dimas Diajeng DIY sebagai ikon daerah yang diharapkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta serta menggali potensi-potensi lain yang dimiliki oleh Dimas Diajeng DIY untuk memperkenalkan pariwisata baik dikancah nasional maupun Internasional. Keterlibatan Dimas Diajeng DIY sendiri diharapkan mampu memberikan informasi terkait dengan potensi wisata yang ada di Yogyakarta. Berikut adalah bentuk kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY saat bertugas di China 15 november 2015

Gambar 1.1 Dimas Diajeng DIY menjaga stand promosi Dinas Pariwisata DIY



Sumber: Dokumentasi Dimas Diajeng DIY

Gambar 1.2 Malam Puncak Penutupan China International Tourism



Sumber: Dokumentasi Dinas Pariwisata DIY

Tabel 1.3 Daftar kegiatan promosi Dimas Diajeng DIY dengan Dinas Pariwisata

DIY

NO	Nama Kegiatan	Tanggal	Tempat	Keterangan
1	China International Travel Mart	15 november 2015	China	Dimas Diajeng melakukan promosi di stand wonderfull indonesia dan menarik tarian endan-edanan Nirbaya di stage CITM
2	Colours Culture Festival 2015	10 oktober 2015	Denpasar Bali	Melakukan promosi dan penjagaan stand Dinas Pariwisata DIY
3	INVESDA EXPO 2015	20 desember 2015	Jogja Expo Center	Dimas Diajeng DIY melakukan promosi di stage INVESDA dan menjaga stand Dinpar DIY
4	Peluncuran Bus 'DOMAPAN'	2 januari 2016	Balai kota Yogyakarta	Dimas Diajeng DIY mengahadir peluncuran Bus Pariwisata Jogja sebagai perwakilan dari Dinas Pariwisata DIY

5	Kunjungan ke Kementrian pengembangan Manusia dan Budaya Republik Indonesia	11 Desember 2015	Bogor Jawa Barat	Dimas Diajeng dan Dinas Pariwisata berkunjung ke Kementrian pengembangan Manusia dan Budaya Republik Indonesia
6	Pawai Hari Kesaktian Pancasila	1 juni 2016	Alun-Alun Utara Yogyakarta	Dimas Diajeng DIY mewakili Dinas Pariwisata mengikuti pawai hari kesaktian pancasila
7	East Asia Torism Forum 2105	30 maret 2015	Yogyakarta	Dimas Diajeng DIY menjadi Liaison Officer standing committe meeting EATF yang dihadiri oleh perwakilan sekretaris EATOF ,Luang Laos, korea selatan, vietnam, Jepang dan Sarawak Malaysia

Penerapan fungsi *public relations* terlihat dari berbagai kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas pariwisata DIY dimana kegiatan tersebut juga melibatkan Dimas Diajeng DIY didalamnya. Hal ini seperti yang disampaikan dalam hasil

wawancara yang peneliti peroleh dari bagian bidang promosi Dinas pariwisata

DIY :

“Terkadang event-event internasional yang diadakan di DIY sendiri kami melibatkan Dimas Diajeng DIY untuk memandu acara, menjadi LO atau melakukan promosi disana. Dimas Diajeng sendiri sebenarnya menjadi ikon DIY dan menjadi pendukung promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata DIY agar menarik wisatawan atau publik untuk berkunjung”, (Wawancara dengan Dra. Putu Kertayasa, Kepala bagian Promosi Dinas Pariwisata DIY, 15 Februari 2017).

Peranan Dimas Diajeng DIY sebagai teknisi *public relations* dalam melakukan promosi merupakan bentuk realisasi fungsi yang ada yaitu salah satunya dalam bidang promosi kepariwisataan. Sub bagian bidang promosi melibatkan Dimas Diajeng DIY untuk menarik wisatawan dengan berbagai interaksi komunikasi yang dilakukan. kegiatan tersebut seperti menjaga stand promosi Dinas Pariwisata DIY, melakukan atraksi di panggung pentas, dimana atraksi tersebut berupa tari-tarian tradisional, gamelan atau teater budaya yang di bawakan oleh Dimas Diajeng DIY

Gambar 1.4 Dimas Diajeng DIY berkunjung ke kementerian Pariwisata Indonesia



Sumber: Dokumentasi Dimas Diajeng DIY

Peran Dimas Diajeng DIY sebagai teknisi *public relations* terlihat dalam pemberdayaan SDM yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata DIY yaitu sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan dan informasi terkait dengan usaha pariwisata yang ada di Yogyakarta. Kegiatan tersebut meliputi sosialisasi sapta pesona dan bersih lingkungan yang di adakan untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya sapta pesona dalam pariwisata dan pentingnya kebersihan lingkungan dalam memberikan fasilitas yang nyaman bagi pengunjung. Hal tersebut disampaikan berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dengan sub Bagian Pembangan dan SDM Dinas Pariwisata DIY sebagai berikut:

“Jika dalam kegiatan sosialisasi, kami mengajak Dimas Diajeng DIY untuk menjadi pemateri dalam diskusi-diskusi dengan pokdarwis di area wisata. Karna kan, kalo anak muda yang memberikan materi biasanya lebih menarik dan mudah di terima. Biasanya sosialisasi itu berkaitan dengan sapta pesona dan kebersihan lingkungan saja” ,(Wawancara dengan Yemmy Rianawati, ST.,MT ,Kepala bagian Pengembangan dan SDM Dinas Pariwisata DIY, 17 Febuari 2017).

Dimas Diajeng DIY sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dan informasi terkait dengan usaha wisata yang ada di Yogyakarta merupakan salah satu cara untuk menarik peserta dalam kegiatan sosialisasi yang berlangsung. Kemampuan *public speaking* dan pengetahuan yang luas merupakan salah satu faktor yang daya tarik agar informasi yang disampaikan dapat sesuai dengan maskud dan tujuan.

Sebagai seorang Duta Wisata daerah yang berada langsung dibawah naungan Dinas Pariwisata DIY, Dimas Diajeng DIY sebagai ikon wisata memiliki karakter yang dimana mencerminkan seorang pemuda yang dinamis dan berbudaya sesuai dengan budaya yang ada di Yogyakarta sendiri. Hal ini disampaikan oleh ketua Paguyuban

Ikatan Duta Wisata DIY melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut :

“Dimas diajeng DIY sebagai salah satu marketing dan PR di dinas pariwisata DIY, harus mampu mempromosikan potensi pariwisata yang ada di DIY, maka dari itu Dimas Diajeng di harapkan memiliki *public speaking* yang baik, personal branding yang baik. Tidak memungkiri bahwa Dimas Diajeng ini sebagai *roles model* khususnya untuk generasi muda yang ada di Yogyakarta juga harus memiliki karakter yang dinamis terhadap perkembangan zaman dengan tetap menjaga nilai-nilai luhur dan budaya yang ada. Karena Dimas Diajeng DIY wajib menanamkan dan melestarikan kebudayaan serta adat istiadat dalam dirinya sebagai upaya untuk mencerminkan pariwisata berbasis budaya”, (Wawancara dengan Zulfambara Rahmat Arsyad, A.md ,ketua Ikatan Duta Wisata DIY 2014-2016, 12 Febuari 2017)

Dari wawancara diatas disampaikan bahwa Dimas Diajeng DIY tidak hanya sekedar menjadi duta wisata, namun juga fungsinya sebagai marketing dan *public relations* pariwisata yang ada di Yogyakarta. Selain itu, karakter yang juga dibangun oleh seorang Duta Wisata Daerah adalah bagaimana mereka dapat mencerminkan dan juga melestarikan kebudayaan dan adat istiadat yang ada di Yogyakarta sebagai bentuk cerminan dari pariwisata berbasis budaya.

2. Peran Dimas Diajeng DIY dalam Pariwisata

Peran *public relaltions* dalam dunia pariwisata sangatlah di perlukan oleh suatu daerah atau usaha pengembangan kawasan wisata yaitu pemerintah. Dimas Diajeng DIY yang menjalankan fungsi serta perannya sebagai *public relations* dalam pariwisata diharapkan dapat menjalin komunikasi dan hubungan yang baik dengan masyarakat maupun elemen penunjang usaha wisata di suatu daerah. Selain itu, Dimas Diajeng diperlukan dalam usaha pariwisata diantaranya dalam membangun sebuah citra daerah wisata dan menjaga eksistensi yang sudah

terbentuk. Seperti yang dikatakan oleh bagian pengembangan dan SDM Dinas Pariwisata DIY pada wawancara yang peneliti peroleh sebagai berikut:

“Dimas diajeng dalam hal pariwisata disini adalah, selain menjadi icon dan bentuk usaha promosi yang kami miliki. Dimas Diajeng juga merupakan humas atau PR yang bekerja sebagai alat bantu untuk menjebatani kami dengan masyarakat, Pokdarwis dan generasi muda yang ada di yogyakarta. Dimas Diajeng juga harus menjaga nama baik diri sendiri maupun jogjakarta sebagai tanggung jawab yang diemban selama masa jabatnya. Karna kami berharap dengan adanya Dimas Diajeng DIY sendiri dapat mengenalkan pariwisata di yogyakarta lebih luas lagi, baik di nasioanl mapun international. Dimas Diajeng pun kita wajibkan untuk membuat suatu bentuk aktivitas yang menunjang terjadinya promosi untuk menarik wisatawan yang ada” ,(Wawancara dengan Yemmy Rianawati, ST.,MT ,Kepala bagian Pengembangan dan SDM Dinas Pariwisata DIY, 17 Febuari 2017).

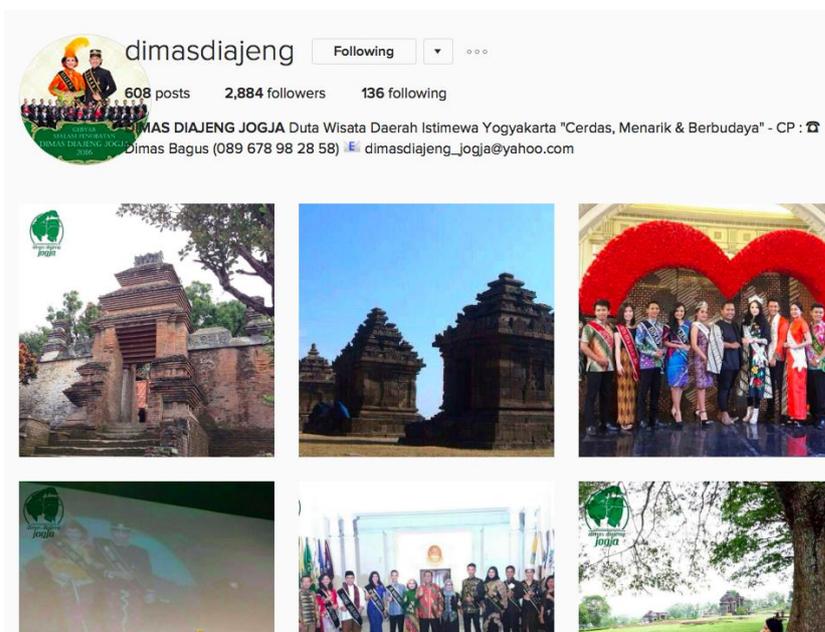
Dari hasil wawancara diatas, peneliti mendapatkan data bahwa peran Dimas Diajeng DIY dalam dunia pariwisata adalah sebagai *public relations* yang berfungsi untuk membangun relasi dengan stakeholder terkait Dinas Pariwisata DIY, hal ini seperti yang disampaikan oleh Sub bagian pengembangan dan SDM bahwa Dimas Diajeng DIY sebagai *public relations* yang fungsinya dapat membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat, pokdarwis dan generasi muda yang ada di Yogyakarta. Selain itu, peran Dimas Diajeng DIY dalam pariwisata adalah mengenalkan potensi wisata yang ada melalui kegiatan promosi kepada khalayak luas.

Dalam mejalankan perannya sebagai *public relations* pariwisata Yogyakarta, Dimas Diajeng DIY telah melakukan kegiatan yang dimana dimaksud untuk menerapkan fungsinya sebagai *public relations* diantaranya sebagai berikut:

- a. *Publication* (Publikasi dan Publisitas)

Dimas Diajeng DIY dalam prakteknya telah melakukan publikasi terkait dengan aktivitas promosi maupun publikasi terkait dengan kegiatan yang dilakukan. Peneliti mendapatkan data terkait dengan publikasi yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY melalui akun media Sosial seperti Instagram, twitter, facebook dan youtube sebagai berikut:

Gambar 2.5 Timeline Postingan Instagram Dimas Diajeng DIY



Sember: <https://www.instagram.com/dimasdiajeng/?hl=en> (28 Februari 2017)

Gambar diatas merupakan akun media sosial instagram milik dimas diajeng DIY. Dimas Diajeng DIY sebagai *center of informations* pariwisata berupaya untuk memberikan informasi yang sebenar-benarnya dan terus berusaha memberikan informasi yang dibutuhkan oleh publiknya. Informasi yang diberikan diantaranya adalah promosi tempat wisata yang ada di Yogyakarta, publikasi terkait dengan

kegiatan yang sedang berlangsung, dan informasi-informasi lainnya yang rutin dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY dalam mengenalkan wisata yang ada di Yogyakarta dan perannya sebagai Duta Wisata Daerah.

Selain itu Dimas Diajeng DIY juga melakukan kegiatan di akun media sosial yang dilakukan untuk promosi maupun publikasi terkait dengan kegiatan yang berlangsung. Adapun jumlah postingan yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY selama satu periode adalah sebagai berikut:

Tabel 2.6 Postingan Instagram Dimas Diajeng DIY tahun 2015-2016

NO	Jenis Postingan	Bulan	Jumlah	Jenis Media
1	Pemilihan Dimas Diajeng DIY 2014	Maret 2015	26	Instagram
2	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	Maret 2015	8	Instagram
3	Promisi Wisata	April 2105	3	Instagram
4	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	Juli 2015	6	Instagram
5	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	Agustus 2015	10	Instagram
6	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	September 2015	21	Instagram

7	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	Oktober 2015	18	Instagram
8	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	November 2015	10	Instagram
9	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	Desember 2015	7	Instagram
10	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	Januari 2016	6	Instagram
11	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	Maret 2016	6	Instagram
12	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	April 2016	11	Instagram
13	Promosi Wisata	Mei 2106	7	Instagram
14	Pemilihan Dimas Diajeng DIY 2016	Juni 2016	12	Instagram
15	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	Juli 2016	24	Instagram
16	Promosi Wisata	Agustus 2016	7	Instagram
17	Promosi Wisata/	Agustus 2016	4	Instagram

18	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	September 2016	37	Instagram
19	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	Oktober 2016	137	Instagram
20	Promosi Wisata	Oktober 2016	5	Instagram
21	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	November 2016	1	Instagram
22	Promosi Wisata	Desember 2016	7	Instagram
23	Kegiatan Dimas Diajeng DIY	Desember 2016	2	Instagram

Sumber: Dokumen Dimas Diajeng DIY

Dalam 1 periode yaitu tahun 2014-2016 Dimas Diajeng melakukan aktivitas di media sosial melalui postingan kegiatan maupun Promosi wisata yang dilakukan sebanyak 369 postingan di akun media sosial instagram Dimas Diajeng DIY.

Selain instagram peneliti juga mendapatkan akun media sosial lainnya yang digunakan oleh Dimas Diajeng DIY sebagai sarana publikasi seperti dibawah ini:

Gambar 2.7 Timeline Twitter Dimas Diajeng DIY



Sumber: <https://twitter.com/dimasdiajeng> (28 febuari 2016)

Gambar 2.8 Timeline Facebook Dimas Diajeng DIY



Sumber: <https://www.facebook.com/search/top/?q=dimas%20diajeng%20jogj> (28 febuari 2017)

Namun dalam prakteknya, ditemukan bahwa penggunaan media sosial Dimas Diajeng DIY tidak dijalankan dengan optimal, terlihat pada gambar diatas bahwa media sosial seperti twitter dan facebook tidak terdapat postingan ataupun aktivitas yang berkaitan dengan promosi pariwisata yang ada. Penggunaan media sosial seperti twitter dan facebook dilakukan pada 13 Oktober 2013 lalu. Berbeda dengan akun media sosial instragram yang didalamnya terdapat postingan terkait dengan wisata yang ada di Yogyakarta, Dimas Diajeng DIY ternyata tidak melakukan postingan atau aktivitas yang berbentuk publikasi di media sosial Twitter dan Facebook.

b. *Event* (Penyusunan Program Acara)

Event atau kegiatan yang bertujuan sebagai bentuk promosi dilakukan guna memperkenalkan pariwisata dan budaya yang ada di Yogyakarta kepada khalayak luas. Berikut tahapan perencanaan event yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY dari hasil wawancara yang telah peneliti dapatkan:

“Biasanya kami survey terlebih dahulu, kami juga melihat isu yang sedang berkembang di masyarakat, lalu kami juga melakukan rapat internal dengan Dinas Pariwisata untuk persetujuan terkait dengan program yang akan kita jalankan, kemudian di lanjutkan dengan perencanaan program oleh divisi acara sekaligus pembentukan panitia dan kemudian mengimplementasikan program tersebut. Untuk evaluasi biasanya kami melakukannya dengan internal terlebih dahulu lalu kita sampaikan ke Dinas Pariwisata.”,(Wawancara dengan Christian Aditya Yudha, S.Ikom ,Humas Dimas Diajeng DIY 2014-2016, 15 Februari 2017)

Dari Hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa penyusunan event atau program yang dijalankan oleh Dimas Diajeng DIY telah melalui beberapa tahapan diantaranya:

1. Survey
2. Perencanaan Program melalui rapat rutin
3. Pelaksanaan Program
4. Evaluasi Program

c. *News* (Menciptakan Berita)

News merupakan bentuk expose media terkait dengan kegiatan yang telah dilakukan. Usaha dalam menciptakan sebuah berita merupakan kegiatan yang bertujuan agar mendapatkan pemberitaan guna dapat dikenal dan mendapatkan perhatian dari Publiknya. Peneliti mendapatkan data terkait dengan pemberitaan Dimas Diajeng DIY yang dimuat di Televisi dan media cetak yang dimana pemberitaan tersebut memuat tentang kegiatan yang sedang berlangsung dan prestasi yang dimiliki oleh Dimas Diajeng DIY. Berikut kutipan berita yang peneliti dapatkan:

Gambar 2.8 Publikasi Dimas Diajeng DIY di Net TV Jogja



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=6O0RNT0sEkc> (28 febuari 2017)

Gambar 2.10 Pemberitaan Dimas Diajeng DIY di Kedaulatan Rakyat Jogja



Sumber: <https://www.instagram.com/dimasdiajeng/?hl=en> (1 Maret 2017)

Malam puncak penobatan Dimas Diajeng DIY merupakan salah satu kegiatan yang dimuat di Net TV Jogja, dalam pemberitaan yang terlihat pada gambar di atas, Net TV memberitakan terkait dengan terpilihnya Dimas Diajeng DIY periode 2017-2019 yang di muat pada tanggal 20 Januari 2017. Selain itu, pemberitaan Dimas Diajeng DIY juga terdapat di Kedaulatan Rakyat Jogja dimana isi dalam pemberitaan tersebut mengenai prestasi yang dimiliki oleh Dimas Diajeng DIY sebagai perwakilan dari Duta Wisata Daerah yang menjadi wakil di ajang pemilihan Duta Wisata Indonesia. Se jauh ini isi pemberitaan Dimas Diajeng DIY di media merupakan pemberitaan yang bersifat positif.

Tabel 2.11 Jumlah pemberitaan Dimas Diajeng DIY melalui media pada periode 2014-2016

NO	Judul Pemberitaan	Media	Tanggal
----	-------------------	-------	---------

1.	Grand Finall Dimas Diajeng DIY 2014 di pelataran candi prambanan Yogyakarta	Tribun Jogja	2 Febuari 2014
2	Dimas Rico dan Diajeng Elita Wakili DIY	Kedaulatan Rakyat Jogja	12 Mei 2015
3	Nama 15 Pasang Finalis Dimas Diajeng DIY 2016	Krjogja.com	25 Oktober 2016
4	Semarak Pagelaran Malam Penobatan Dimas Diajeng DIY 2016	Kedaulatan Rakyat Jogja	28 Oktober 2016
5	Malam Penobatan Dimas Diajeng DIY 2016	Net TV Jogja	27 Oktober 2016
6	Kiprah Duta Wisata DIY dalam melestarikan budaya sebagai pondasi Pariwisata Joga	Indo Peagent Magazine	4 April 2016
7	Siaran Gebyar Malam Penobatan Dimas Diajeng DIY 2016	Jogja TV	3 November 2016
8	Siaran Onair Gebyar Malam Penobatan Dimas Diajeng Jogja 2016	Radio Kota Perak	19 oktober 2016

Dalam 1 periode kepengurusan Dimas Diajeng DIY yaitu pada tahun 2014-2016 terdapat beberapa pemberitaan di media terkait dengan kegiatan yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY diantaranya: terdapat 5 pemberitaan di surat kabar dan 4 di media televisi lokal di jogja. Pemberitaan Dimedia terkait dengan Dimas Diajeng DIY juga bersifat positif.

c. *Inform or image* (memberitahukan atau membangun citra

Membentuk citra kawasan daerah wisata merupakan tugas Dimas Diajeng DIY sebagai Duta Wisata. Tidak hanya bekerja sebagai bidang promosi saja, namun sebagai seorang Duta Wisata juga dituntut untuk menjaga nama baik diri sendiri maupun daerah tempat dimana ia tinggal. Dimas Diajeng DIY terus berupaya untuk memperkenalkan dan membangun citra Yogyakarta sebagai kawasan wisata berbasis budaya sesuai dengan Visi dan Misi yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata DIY yaitu Yogyakarta sebagai pusat pariwisata berbasis budaya. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dengan Ketua Paguyuban Dimas Diajeng DIY sebagai berikut:

“Jika Ditanya terkait dengan Citra, visi yang kami miliki tidak jauh-jauh dari visi dan misi yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata DIY yaitu ‘Yogyakarta sebagai pariwisata berbasis budaya’ . itu berarti kami sebagai Duta Wisata yang juga sebagai PR pariwisata yang ada di Yogyakarta berusaha untuk membangun citra kawasan Yogyakarta sebagai pariwisata berbasis budaya. Usaha dalam membangun citra kawasan tersebut juga kami lakukan mulai dari diri kita masing-masing, mulai dari penggunaan bahasa di media sosial dan event-event yang kita lakukan tidak jauh-jauh dari kebudayaan yang ada di Yogyakarta juga. (Wawancara dengan Zulfambara Rahmat Arsyad, A.md ,ketua Ikatan Duta Wisata DIY 2014-2016, 13 Maret 2017)

Gambar 2.12 Postingan Instagram Diajeng Laily

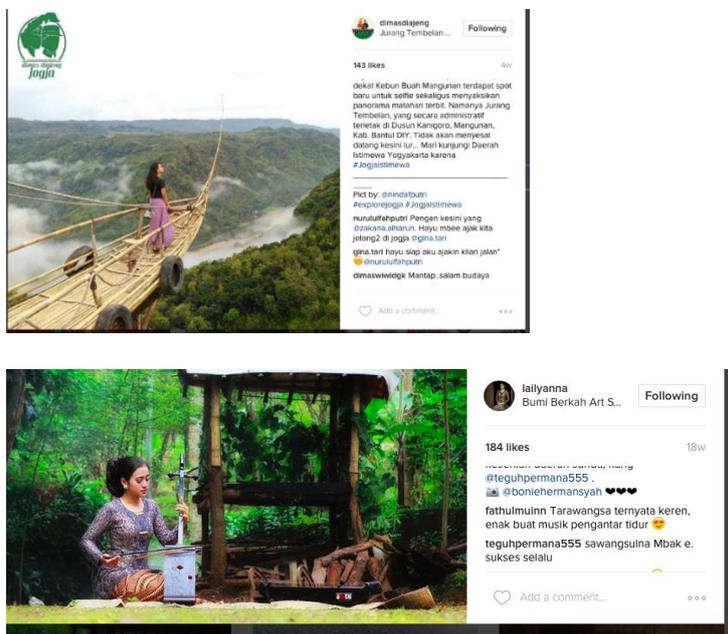


Sumber: <https://www.instagram.com/lailyanna/?hl=en> (1 Maret)

Dari hasil wawancara terlihat bahwa Dimas Diajeng DIY sebagai Duta Wisata berusaha untuk membangun citra Yogyakarta sebagai kawasan wisata berbasis budaya melalui kegiatan yang dilakukan maupun penggunaan sosial media yang terlihat pada gambar diatas. Dengan penggunaan bahasa dan postingan yang menggambarkan kekayaan wisata dan kearifan lokal budaya yang ada di Yogyakarta merupakan salah satu usaha dalam membangun sebuah citra daerah yang dimulai dari dalam diri sendiri.

Berikut peneliti lampirkan terkait dengan tanggapan netizen di media sosial melalui komen yang terdapat di postingan Instagram Dimas Diajeng DIY:

Gambar 2.13 Komentar Netizen terhadap Postingan Instagram Dimas Diajeng DIY



Sumber: <https://www.instagram.com/dimasdiajeng/?hl=en> (1 Maret 2017)

Komentar pada postingan instagram diatas menunjukkan respon yang diberikan oleh Netizen adalah bersifat positif. Dari beberapa komentar yang terlihat, netizen

mengatakan bahwa mereka tertarik dengan wisata yang ada di Jogja serta keinginannya untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut dan komen terhadap salah satu alat musik yang sedang dimainkan oleh Diajeng DIY, dimana dalam caption tersebut ditulis dengan bahasa indonesia yang santun dan menceritakan asal mula alat musik itu berasal dan lokasi serta sejarah tempat wisata tersebut.

d. Kegiatan Sosial

Diajeng DIY sebagai Duta Wisata daerah juga melakukan kegiatan sosial sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat disekitar kawasan wisata.. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan sebagai berikut:

“Iya ada, kami selalu membuat donasi bersama dengan Dimjeng-dimjeng daerah lain, donasi ini nantinya kami berikan kepada masyarakat kurang mampu disekitar area wisata, selain itu juga donasi yang terkumpul kami berikan kepada anak-anak yatim piatu di panti asuhan Aisyah Yogyakarta dengan tema ‘Soul of Ramadhan’. Donasi ini berupa uang, baju bekas, sembako dan kami juga melakukan buka bersama dengan warga sekitar. Donasi ini biasanya kami lakukan di bulan Ramadhan, menjelang atau sesudah.”,(Wawancara dengan Christian Aditya Yudha, S.Ikom ,Humas Dimas Diajeng DIY 2014-2016, 15 Febuari 2017)

Gambar 2.14 Dokumentasi kegiatan buka bersama dan penggalangan dana



Sumber: <https://www.instagram.com/dimasdiajeng/?hl=en> (1 Maret 2017)

Dari hasil wawancara yang peneliti dapatkan, kegiatan sosial yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY yaitu berupa penggalangan dana yang nantinya diberikan kepada anak-anak yatim dan kaum dhuafa yang ada di Yogyakarta. Penggalangan dana tersebut berupa pemberian sembako kepada kaum dhuafa di Masjid Agung Bantul dan santunan berupa makanan, pakaian bekas dan materi yang diberikan kepada anak-anak yatim di panti asuhan Aisyah Yogyakarta. Dimas Diajeng DIY juga melaksanakan buka bersama di masjid agung bantul bersama warga sekitar dan anak-anak panti asuhan tersebut Kegiatan sosial yang dilakukan oleh dimas Diajeng DIY hanya berlangsung setiap 1 tahun sekali yaitu pada saat bulan Ramadhan saja, kegiatan tersebut berlangsung pada 1 Juli 2016.

3. Aktivitas Public Relations Dimas Diajeng DIY

Dimas Diajeng DIY melakukan berbagai aktivitas yang terkait dengan pariwisata dalam usaha untuk memperkenalkan pariwisata kepada khlayak luas serta usaha dalam membangun hubungan yang baik dengan internal maupun eksternalnya. Berikut adalah data yang peneliti dapatkan terkait dengan aktivitas yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY pada periode 2014-2016:

a. Aktivitas Internal Relations

Dimas Diajeng DIY melakukan bentuk *internal relations* yang merupakan tugas dan fungsi yang dimiliki. *Internal relations* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah, bagaimana Dimas Diajeng DIY membangun hubungan dengan sesama Anggota Maupun Dinas Pariwisata DIY. Berdasarkan hasil wawancara yang telah

peneliti dapatkan dengan Humas Dimas Diajeng DIY periode 2014-2016 sebagai berikut:

“Kami melakukan rapat internal dengan dinas pariwisata setiap dua bulan sekali. Upaya itu kami lakukan agar dinas pariwisata mengetahui seluruh kegiatan dan aktivitas yang sudah kami lakukan selama 2 bulan. Selain itu juga kami selalu meminta evaluasi serta saran kepada dinas terkait dengan kegiatan yang sudah kami lakukan. Namun sayangnya kami tidak memiliki pembukuan terkait laporan tahunan dimas diajeng DIY, jadi laporan kami hanya dalam bentuk lisan saja ”,(Wawancara dengan Christian Aditya Yudha, S.Ikom ,Humas Dimas Diajeng DIY 2014-2016, 15 Febuari 2017)

Dimas Diajeng DIY melakukan rapat internal dengan Dinas Pariwisata selama 2 bulan sekali. Rapat internal dilakukan guna menjalin komunikasi yang baik dengan Dinas Pariwisata. Rapat internal yang dilakukan berupa, presentasi program kerja yang telah dirancang serta evaluasi program kerja yang telah dijalankan yang kemudian disampaikan kepada Dinas Pariwisata sebagai bentuk pertanggung jawaban dan perbaikan program selanjutnya.

Peneliti juga mendapatkan hasil wawancara kegiatan internal yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY bersama anggotanya sebagai berikut:

“Kami mengadakan rapat rutin selama 1 bulan sekali, setiap 2 bulan sekali kami juga melakukan kegiatan refreshing bersama, seperti outbound, traveling, buka bersama saat bulan ramdhan juga selalu kita lakukan. Kami imemilki grup wasap yang biasanya kami gunakan untuk berdiskusi”,(Wawancara dengan Christian Aditya Yudha, S.Ikom ,Humas Dimas Diajeng DIY 2014-2016, 15 Febuari 2017)

Rapat Rutin yang dilakukan oleh Dims Diajeng DIY berlangsung selama 1 bulan sekali. Tidak hanya rapat rutin saja tetapi mereka juga mengadakan kegiatan informal lain seperti outbound dan buka bersama saat bulan Ramadhan. Ketebukaan informasi dan kegiatan yang dibangun untuk menciptakan adanya hubungan yang harmonis dan kebersamaan dengan seluruh anggota Dimas Diajeng merupakan

upaya yang dilakukan guna mempertahankan dan membina hubungan baik dengan internal Dimas Diajeng DIY. Berikut peneliti lampirkan dokumentasi saat Dimas Diajeng DIY melakukan rapat rutin dan kegiatan informal bersama:

Gambar 3.1 Dokumentasi saat kegiatan rapat rutin Dimas Diajeng DIY



Sumber: <https://www.instagram.com/dimasdiajeng/?hl=en> (1 Maret 2017)

Gambar 3.2 Dokumentasi saat kegiatan outbound bersama



Sumber: Dokumentasi Dimas Diajeng DIY

b. Aktivitas Eksternal Relations

Dalam menjalin hubungan baik dengan eksternal diperlukan kegiatan yang nantinya dapat berdampak positif pada citra suatu daerah itu sendiri. Berikut hasil wawancara yang peneliti dapatkan terkait dengan eksternal relations yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY:

“Kebanyakan kita membuat sebuah event untuk mempromosikan dan menggali potensi yang ada di jogja sendiri, seperti Anoman, Nggobar Ngabir dan Suryatmajan. Dan ada juga sosialisasi Sapta Pesona dengan pokdarwis. Kita juga mendatangi sekolah-sekolah untuk melakukan edukasi dan sosialisasi pentingnya sapta pesona dan kami juga mensosialisasikan bahwa ‘*everyone is torism ambassador*’ dengan harapan mereka juga dapat melakukan promosi wisata di sosial media mereka masing-masing” ”,(Wawancara dengan Christian Aditya Yudha, S.Ikom ,Humas Dimas Diajeng DIY 2014-2016, 15 Febuari 2017)

Dimas Diajeng DIY melakukan kegiatan edukasi dan sosialisasi terkait potensi pariwisata yang dimiliki oleh Yogyakarta, selain itu Dimas Diajeng DIY melakukan edukasi terkait dengan sapta pesona akan pentingnya menjaga dan melestarikan budaya yang ada di suatu daerah kepada elemen pendukung pariwisata seperti PokDarwis yang ada di kawasan wisata.

1. Kegiatan Media Relations

Media merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan untuk memperkenalkan pariwisata kepada khlayak luas. Dimas Diajeng DIY telah bekerjasama dengan beberapa media untuk melakukan publikasi terkait dengan kegiatan dan aktivitas yang dilakukan. Dimas Diajeng DIY telah membangun relasi dengan media cetak, Televisi dan Radio, seperti pada hasil wawancara yang peneliti dapatkan dengan Humas Dimas Diajeng DIY 2014-2016 sebagai berikut:

“Biasanya kami melakukan promosi atau publikasi melalui Instagram, twitter, facebook, Youtube, media cetak(Tribun, KR dan harian jogja) , radio (Unisi, Radio Q dan Swaragama fm) dan TV(Jogja TV, TVRI, ADI TV),. Hampir semua media kami memiliki relasi didalamnya, karna kami juga memanfaatkan link dari anggota dimas diajeng DIY sendiri untuk mengoptimalkan publikasi dan promosi tersebut. Selain itu kami juga selalu menjamu teman-teman media sebaik mungkin sesuai dengan SOP yang kita miliki. Karna tidak dipungkiri bahwa media merupakan jendela untuk kami dapat dilihat masyarakat melalui pemberitaan di media tersebut” ”,(Wawancara dengan Christian Aditya Yudha, S.Ikom ,Humas Dimas Diajeng DIY 2014-2016, 15 Febuari 2017)

Dari hasil wawancara diatas terlihat bahwa Dimas Diajeng DIY menggunakan media sebagai sarana untuk melakukan publikasi dan promosi terkait dengan pariwisata dan aktivitas yang dilakukan. Penggunaan media di manfaatkan secara optimal baik itu dalam membranding diri maupun citra daerah melalui pemberitaan dan sosial media pribadi milik anggota Dimas Diajeng DIY.

Gambar 3.3 Kegiatan Press Conferens Dimas Diajeng DIY



Sumber: <https://www.instagram.com/dimasdiajeng/?hl=en> (1 Maret 2017)

Gambar 3.4 Talkshow Dimas Diajeng DIY di Jogja TV dalam acara ‘pariwisata berbasis budaya’



Sumber: Sumber: <https://www.instagram.com/dimasdiajeng/?hl=en> (1 Maret 2017)

Peneliti juga mendapatkan data terkait dengan kegiatan media relations yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY selama 1 periode yaitu pada tahun 2014-2016 sebagai berikut:

Tabel 3.5 Daftar Kegiatan *Media Relations* Dimas Diajeng DIY

NO	Nama Kegiatan	Media	Tanggal
1	Talkshow Adi TV dalam program ‘Sapa Wisata Jogja’	ADI TV Jogja	5 Maret 2015
2	Talkshow Jogja TV dalam program ‘Pariwisata Berbasis Budaya’	Jogja TV	26 Agustus 2015
3	Siaran minggu Pagi dalam	Bantul Radio	27 September 2015

	program 'Dimas Diajeng Jalan-Jalan,		
4	Siaran minggu Pagi dalam program 'Dimas Diajeng Jalan-Jalan,	Unisi Radio	7 Febuari 2016
5	Siaran promosi Grand Finnal Dimas Diajeng DIY 2017	Unisi Radio	27 Septermber 2016
6	Siaran promosi Grand Finnal Dimas Diajeng DIY 2016	Swaragama FM	1 oktober 2016
7	Perss Conference Pemilihan Dimas Diajeng DIY 2016	Jogja TV, Adi TV, Tribun Jogja, KR jogja dan Detik.com	10 Aguastus 2016
8	Siaran Minggu Pagi Dimas Diajeng DIY Jalan-jalan	Radio Kota Perak	11 September 2016

Sumber: Dokumen Dimas Diajeng DIY

Selama satu periode yaitu pada tahun 2014-2016 Dimas Diajeng DIY telah melakukan kegiatan *media relations* terkait dengan kegiatan maupun promosi pariwisata yang ada di Yogyakarta sebanyak 5 kali kegiatan *media relations* yaitu siaran *On air* di Radio Lokal Jogja, *Talkshow* di televisi Lokal sebanyak 2 kali dan kegiatan *press Conference* sebanyak 1 kali.

2. Marketing Communications

Aktivitas *marketing communications* merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan jasa kepada publiknya. Aktivitas *marketing communications* bertujuan untuk pemasaran dan promosi yang dilakukan guna mendapatkan tanggapan yang positif oleh publiknya. Dimas Diajeng DIY melakukan *marketing communications* yang juga bertujuan untuk memperkenalkan pariwisata Yogyakarta kepada khalayak luas. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari Humas Dimas Diajeng DIY 2014-2015 sebagai berikut:

“Kami memanfaatkan media sosial kami masing-masing, booklet pariwisata yang ada di dinas, membuat event kegiatan yang bertujuan untuk promosi setiap tahunnya selalu ada. Promosi saat bertugas keluar daerah juga kami lakukan untuk memperkenalkan pariwisata ke kancah nasional maupun internasional”. (Wawancara dengan Christian Aditya Yudha, S.Ikom, Humas Dimas Diajeng DIY 2014-2016, 15 Februari 2017)

Dimas Diajeng DIY telah melakukan kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mengajak masyarakat untuk berkunjung dan melestarikan budaya yang ada di Yogyakarta. Kegiatan tersebut dilakukan tidak hanya dalam bentuk event saja tetapi juga saat bertugas ke luar daerah. Dimas Diajeng DIY juga melakukan promosi melalui akun media sosial yang bertujuan untuk mengenalkan potensi wisata yang ada di Yogyakarta. Berikut contoh postingan instagram yang peneliti dapatkan beberapa waktu yang lalu:

Gambar 3.8 Postingan Instagram Dimas Diajeng DIY



Sumber: <https://www.instagram.com/dimasdiajeng/?hl=en> (1 Maret 2017)

Dari gambar diatas terlihat pada caption dan gambar yang di posting di instagram Dimas Diajeng DIY menuliskan tentang wisata yang terdapat di Taman Sari Yogyakarta. Dalam caption yang dituliskan menceritakan tentang asal mula berdirinya Taman Sari dan sejarah lain yang terdapat di kawasan wisata itu sendiri. Dimas Diajeng DIY melalui postingan tersebut berupaya untuk mengenalkan potensi wisata dan budaya yang ada.

Dimas Diajeng DIY juga melakukan berbagai upaya dalam mengkomunikasikan potensi wisata yang dimulai dari dalam diri seorang Duta Wisata sebagai cerminan pribadi yang dinamis, cerdas dan berbudaya sesuai dengan karakter yang dimiliki. Kegiatan komunikasi tidak hanya dilakukan dalam bentuk lisan saja, tetapi juga melalui media sosial yang dimiliki oleh seluruh anggota Dimas Diajeng DIY. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan sebagai berikut:

“Upaya yang dilakukan selain branding diri sendiri dengan cara membangun komunikasi dan intelektual merupakann upaya utama yang kami

lakukan karena ketika kita bertemu dengan duta wisata lainnya atau wisatawan kita pastinya akan dilihat dan dipandang jika duta wisata tahu akan segalanya. Kami selalu memanfaatkan dan mengoptimalkan media sosial kami untuk melakukan promosi melalui media sosial dimas diajeng maupun media sosial kami pribadi, agar nantinya para wisatawan ini mendapatkan informasi pariwisata DIY dan tertarik dengan potensi wisata yang dimiliki. Kami juga rutin membuat produksi video wisata “Ayo berkunjung ke Jogja” dan kami upload di youtube”,(Wawancara dengan Zulfambara Rahmat Arsyad, A.md ,ketua Ikatan Duta Wisata DIY 2014-2016, 12 Februari 2017)

Pelaksanaan kegiatan komunikasi terus dilakukan oleh dimas diajeng DIY sendiri sebagai upaya untuk membangun citra yang diterapkan melalui sosial media yang dimiliki. Dimas Diajeng DIY sebagai *center of informations* pariwisata berupaya untuk memberikan informasi yang sebenar-benarnya dan terus berusaha memberikan informasi terkini.

Gambar 3.9 Postingan Instagram Dimas Bara



Sumber: https://www.instagram.com/bara_zulfa/?hl=en (1 Maret 2017)

Dalam postingan gambar diatas, pada caption tersebut menuliskan bahwa terdapat wisata air terjun di bukin menoreh Kulon Progo DIY. Gambar diatas juga

melihatkan Dimas Bara saat berkunjung ke air terjun menoreh serta keindahan alam dan wisata yang terdapat dikawasan wisata tersebut.

Berikut adalah kegiatan yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY sebagai bentuk promosi dan kegiatan sosial yang Rutin dilakukan selama periode 2014-2016 :

a. Ngobar Ngabir

Ngobar Ngabir atau ‘Ngombe Bareng lan Ngawe Bir’ merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan minuman tradisional yang ada di Yogyakarta. Bir Jawa yang berasal dari rempah-rempah asli Jogja yang tidak mengandung alkohol dengan bahan jahe sebagai penghangat tubuh. ‘Ngobar Ngabir’. Dimas Diajeng DIY ingin menunjukkan bahwa potensi dan daya tarik wisata yang dimiliki tidak hanya berupa alam saja tetapi kuliner juga merupakan potensi yang masih tetap ada dan dapat dirasakan oleh siapa saja yang berkunjung ke Yogyakarta. Kegiatan tersebut diadakan di Alun-Alun selatan Yogyakarta pada tanggal 17 Desember 2014. Tujuan Diadakannya Ngobar Ngabir adalah dimaksudkan agar masyarakat dan wisatawan serta turis mancanegara dapat merasakan keunikan minuman tradisional Yogyakarta yang biasa di sajikan kepada Sri Sultan.

b. Anoman

Anoman atau ‘Ayo Nyobi lan Mersani Dolanan Anak’ merupakan serangkaian kegiatan yang di tujukan untuk sekolah dasar hingga menengah atas, kegiatan ini dilakukan untuk memperkenalkan mainan tradisional yang terdapat di Yogyakarta. Anoman di tujukan untuk siswa/siswi yang menempuh pendidikan Sekolah Berbasis International (SBI) yang ada di Yogyakarta. Dengan adanya Anoman,

Dimas Diajeng DIY berharap agar generasi muda dapat terus menjaga dan melestarikan mainan tradisional Yogyakarta yang saat ini telah bergeser dengan seiring kemajuan zaman. Anoman dilaksanakan di 3 Sekolah Dasar, 1 sekolah Menengah Pertama dan 1 Sekolah Menengah Atas yang berbasis International yang ada di kota Yogyakarta. Tujuan diadakannya anoman adalah untuk mengenalkan mainan tradisional kepada anak-anak yang ada di Yogyakarta serta menumbuhkan kesadaran untuk menjaga mainan-mainan tradisional.

c. Suryatmajan

Gambar 3. 10 Dokumentasi kegiatan Suryatmajan



Sumber: Dokumentasi Dimas Diajeng DIY

Suryatmajan merupakan kegiatan yang diadakan di Kota Gede salah satu kota yang terdapat di Yogyakarta, dimana kota tersebut masih sangat kental dengan budaya Islam dan masyarakatnya yang sangat dinamis. Dimas Diajeng DIY mengajak masyarakat dan wisatawan yang berkunjung untuk menyusuri wilayah di area

Masjid dan Makam Raja Mataram yang ada di Kota Gede. Tidak hanya itu, Dimas Diajeng DIY mengajak masyarakat untuk melihat potensi apa saja yang terdapat di kota tersebut. Dengan pengembangan dan pelatihan seni yang diberikan kepada warga sekitar, berupa ketrampilan dalam membuat kerajinan tangan. Tujuan diadakannya kegiatan tersebut adalah mengajak masyarakat dan wisatawan dikawasan kota gede untuk menggali dan mengenal potensi wisata yang dimiliki dikawasan tersebut. Suryatmajan diadakan pada tanggal 25 Juli 2015 di Kota Gede Yogyakarta.

d. Bersih Pantai

Bersih pantai merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mengajak masyarakat agar sadar akan pentingnya kebersihan dan keindahan yang harus dijaga guna memberikan kesan nyaman bagi wisatawan yang berkunjung. Bersih Pantai dilakukan 2 kali dalam setahun yang bertempat di pantai glagah dan pantai Indrayanti yang ada di Gunung Kidul. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah Dimas Diajeng DIY ingin mengajak masyarakat untuk bersama-sama membangun kawasan wisata yang bersih dan mengajak wisatawan untuk menjaga lingkungan sekitar area kawasan tersebut.

Gambar 3. 11 Kegiatan Bersih Pantai di Pantai Indrayanti, Gunung Kidul



Sumber: <https://www.instagram.com/dimasdiajeng/?hl=en> (2 Maret 2017)

e. Gerakan Generasi Muda Cinta Lingkungan dan sadar Wisata

Gambar 3.12 Kegiatan Generasi Muda Sadar Sapta Pesona



Sumber: <https://www.instagram.com/dimasdiajeng/?hl=en> (2 Maret 2017)

Generasi Muda Cinta Lingkungan dan Sadar Wisata merupakan kegiatan bersih-bersih kawasan wisata mMalioboro yang dimana tidak hanya Dimas Diajeng DIY saja, namun juga Duta wisata daerah lain yang turut berpartisipasi dalam

menjaga lingkungan sekitar. Dengan adanya gerakan cinta lingkungan ini, diharapkan bahwa sebagai seorang duta wisata daerah yang tidak hanya cerdas dan paham terhadap wisata saja, namun sebagai seorang Duta Wisata juga harus menjaga kenyamanan dan kebersihan lingkungan sekitar. Kegiatan ini dilakukan pada bulan Januari 2016 yang berlokasi di area kawasan Malioboro Yogyakarta.

Gambar 3.13 Dokumentasi Kegiatan Bersih Malioboro



Sumber: Dokumentasi Dimas Diajeng DIY

3. Kegiatan Sosialisasi

Tidak dapat dipungkiri bahwa eksistensi pariwisata di suatu daerah harus mendapatkan dukungan baik dari seluruh elemen pendukung pariwisata yang ada. Dari data hasil wawancara yang peneliti dapatkan Dalam wawancara yang telah

peneliti lakukan, Dimas Diajeng DIY telah melakukan kegiatan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang harmonis dengan komunitas terkait pariwisata yang ada sebagai berikut:

“Sebenarnya ini yang paling sulit, karna masyarakat dijogja sendiri masing beranggapan bahwa siapa sih dimas diajeng DIY. Salah satu yang kami lakukan adalah setiap anggota membranding dirinya sendiri. Jika dengan pokdarwis, kami rutin mengadakan sosialisasi sapta pesona kemaisng kabupaten dan kota yang ada di DIY sendiri. Didalam sosialisasi tersebut, kami juga mendengar keluh kesan dan aspirasi masyarakt sekitar daerah wisata melalui pokdarwis yang nanti kemudain kami juga akan sampaikan ke Dinas untuk dilakukan perbaikan”,(Wawancara dengan Christian Aditya Yudha, S.Ikom ,Humas Dimas Diajeng DIY 2014-2016, 15 Febuari 2017)

Dari hasil wawancara diatas, Dimas Diajeng DIY sudah melakukan upaya dalam pemberdayaan dan sosialisasi dengan Kelompok Sadar Wisata (PokDarwis) di masing-masing kabupaten dan kota. Usaha tersebut dilakukan guna menjalin hubungan yang baik dengan komunitas pendukung pariwisata yang ada di DIY. Dimas Diajeng DIY ingin menunjukkan bahwa mereka dapat menjadi perpanjangan tangan dan penyalur aspirasi antara komunitas dan Dinas Pariwisata.

Gambar 3.14 Kegiatan Sosialisasi Sapta Pesona dengan PokDarwis



Sumber: <https://www.instagram.com/dimasdiajeng/?hl=en> (2 Marret 2017)

Dalam kegiatan tersebut Dimas Diajeng melakukan sosialisasi sapa pesona kepada usaha pendukung wisata seperti pokdarwis yang ada di kawasan wisata. Tidak hanya sosialisasi saja tetapi dalam kegiatan tersebut juga terdapat FGD bersama Dinas Pariwisata DIY terkait dengan permasalahan yang ada di kawasan area wisata.

Suatu kegiatan atau aktivitas tidak akan berjalan dengan optimal jika tidak adanya dukungan dari publiknya baik itu internal maupun eksternal dari sebuah organisasi atau perusahaan tersebut. Humas Dimas Diajeng DIY mengakui bahwa tidak semua anggotanya dapat aktif dalam setiap kegiatan yang berlangsung, selain itu sumber pendanaan yang dimiliki oleh Dimas Diajeng DIY hanya terbatas yaitu dari pemasukan anggotanya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dengan Humas Dimas Diajeng DIY periode 2014-2016:

“Ya kami merasa bahwa kami masih sangat belum optimal dalam melakukan kegiatan kepariwisataan, baik itu kegiatan event, promosi bahwa kegiatan internal yang kami lakukan aja masih banyak yang belum berjalan dengan baik. Anggota kami banyak sekali yang tidak aktif karena kesibukan lainnya. Klo ditanya dalam segi pendanaan, jujur kami sangat kekurangan untk bisa membuat event besar. Dana yang kami dapatkan untk membuat kegiatan itu berasal dari uang kas kami dan sponsorship saja”, (Wawancara dengan Christian Aditya Yudha, S.Ikom ,Humas Dimas Diajeng DIY 2014-2016, 15 Febuari 2017)

Terkait dengan sumber dana diatas, Dinas Pariwisata DIY tidak memiliki anggaran dana untuk Dimas Diajeng DIY dalam melakukan kegiatan atau program yang akan dirancang. Hal ini berdasarkan data hasil wawancara yang peneliti dapatkan dengan Sub bagian pengembangan dan SDM Dinas Pariwisata DIY sebagai berikut:

“kami memang tidak punya anggaran dana untk Dimas Daijeng DIY. kalo Dimas Diajeng DIY ingin membuat kegiatan biasanya itu semua kami serahkan ke Dimas Diajueng sendiri. Karna anggaran kami hanya saat pemilihan saja.

Tidak termasuk kegiatan yang dilakukan oleh Dimjeng di luar Dinas Pariwisata” ,(Wawancara dengan Yemmy Rianawati, ST.,MT ,Kepala bagian Pengembangan dan SDM Dinas Pariwisata DIY, 28 febuari 2017).

4. Dimas Diajeng DIY sebagai Duta Wisata

Salah satu bentuk usaha promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata DIY adalah *Tourism Ambassador* atau sering disebut sebagai Duta Wisata Dimas Diajeng DIY. Dengan adanya promosi yang menarik diharapkan dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk melakukan wisata ke Yogyakarta. Usaha promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata DIY melalui bidang pengembangan dan SDM ini nantinya di harapkan bahwa Duta Wisata dapat memperkenalkan wisata di Yogyakarta baik di kancah nasional maupun international. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dengan Sub Bidang Promosi Dinas Pariwisata DIY, beliau mengatakan bahwa:

“Iya, tentu saja karna dimas diajeng ini selain menjadi icon dia juga menjadi *endorse* suatu wisata yang ada DIY. Dan Dimas Diajeng sendiri salah satu cara kami untuk menarik wisatawan agar mau berkunjung ke jogjakarta. Dengan berbagai kemampuan dan bakat yang dimiliki, kami berhadarap bahwa dimas diajeng DIY ini tidak hanya memilki penampilan menarik saja, namun juga berpengetahuan luas, cerdas dan berbakat”. (Wawancara dengan Dra. Putu Kertayasa, Kepala bagian Promosi Dinas Pariwisata DIY, 15 Febuari 2017).

Dimas Diajeng DIY merupakan salah satu bentuk promosi yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata DIY. Usaha untuk menarik wisatawan agar melakukan kunjungan ke yogyakarrta merupakan kegiatan promosi dan pemasaran yang dilakukan. Selain sebagai bentuk promosi, sebagai seorang duta wisata, dimas diajeng DIY haruslah memiliki pengetahuan luas, cerdas dan berbakat agar mampu melakukan komunikasi dengan baik. Interaksi yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY merupakan usaha untuk menunjukkan jati diri dan karakter generasi dan pemuda

yogyakarta yang dinamis terhadap berkembang zaman dengan tetap melestarikan kebudayaan yang ada.

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, terkait dengan Pengaruh Dimas Diajeng DIY dalam pariwisata yang ada di Yogyakarta adalah sebagai contoh generasi muda yang aktif dan turut melestarikan kebudayaan lokal yang ada, selain itu dalam hal promosi, dimas diajeng DIY memiliki pengaruh untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta dengan interaksi dan komunikasi yang di lakukan. Berikut data yang peneliti dapatkan terkait dengan pengaruh Dimas Diajeng DIY dalam pariwisata:

“Pengaruhnya tentu dalam bidang promosi dan peningkatan informasi dengan masyarakat terkait usaha wisata. Dimas Diajeng DIY merupakan generasi muda yang aktif dan memiliki pengaruh positif bagi industri wisata dan generasi muda. Pengaruhnya jelas mereka sebagai center informasi yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk melakukan hal positif dan mengajak mereka untuk mengenalkan pariwisata yang ada di Jogja. Mereka juga menjadi contoh bahwa ini lho generasi muda yang ada di yogyakarta itu adalah muda mudi yang santun, cerdas dan berbudaya” (Wawancara dengan Yemmy Rianawati, ST.,MT ,Kepala bagian Pengembangan dan SDM Dinas Pariwisata DIY, 17 Febuari 2017).

Usaha dalam meingkatkan dan mengembangkan SDM dilakukan guna mengoptimalkan potensi baik yang ada di dalam diri sendiri maupun dilingkungan. Dengan adanya Dimas Diajeng DIY ,Dinas Pariwisata meyakini bahwa peran duta wisata dalam hal promosi dan pusat informasi terkait pariwisata dapat berjalan dengan optimal. Tidak hanya promosi, namun Dimas Diajeng DIY dapat berpengaruh dan menjadi contoh generasi muda Yogyakarta yang aktif dan cinta terhadap budaya dan adat istiadat, yang dibuktikan dengan karakter dan aktivitas yang dilakukan.

Sebagai seorang Duta Wisata yang juga sebagai panutan untuk generasi muda Indonesia yang cinta terhadap tanah air dan budaya yang ada, Dimas Diajeng DIY tidak hanya menarik namun juga cerdas dan memiliki pengetahuan luas. Karakter yang dimiliki oleh Dimas Diajeng DIY sebagai generasi muda yang dinamis terhadap perkembangan zaman dan budaya yang ada, di tunjukan dengan adanya tagline yang mencerminkan pribadi Dimas Diajeng DIY sebagai Duta Wisata Yogyakarta sebagai berikut sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti dapatkan dengan ketua Paguyuban Dimas Diajeng DIY 2014-2016:

“Cerdas tidak hanya memiliki intelektual tetapi juga cerdas dalam segala hal, memiliki pengetahuan luas, mengikuti isu-isu yang sedang berkembang di kalangan masyarakat. Menarik berarti memiliki attitude yang baik, berbudaya karena kita memiliki latar belakang duta wisata memang harus berbudaya, berarti generasi muda yang peduli dengan adat istiadat, seni dan budaya yang ada di daerah istimewa Yogyakarta. Sebagai seorang duta wisata kami juga harus berusaha untuk melestarikan budaya leluhur kita dan memperkenalkan budaya yang kita miliki kepada siapa saja” (Wawancara dengan Zulfambara Rahmat Arsyad, A.md ,ketua Ikatan Duta Wisata DIY 2014-2016, 12 Februari 2017)

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa usaha yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY sebagai duta wisata daerah tidak hanya menarik tetapi juga didukung dengan intelektual dalam segala hal serta berbudaya yaitu Dimas Diajeng DIY sebagai generasi muda yang peduli dan ikut melestarikan kebudayaan luhur yang ada di Yogyakarta. Hal ini dilakukan karena Dimas Diajeng DIY ingin mengajak generasi muda untuk turut aktif menjaga kebudayaan lokal dan memperkenalkan pariwisata yang ada di Yogyakarta kepada khalayak luas.

Peneliti juga mendapatkan data terkait dengan tujuan Dimas Diajeng DIY terhadap Wisata yang ada Di Yogyakarta serta Tujuan Dinas Pariwisata terkait dengan adanya Duta Wisata sebagai berikut:

Tabel 4. 15 Tujuan Dimas Diajeng DIY dan Dinas Pariwisata DIY

NO	Tujuan Dimas Diajeng DIY	Tujuan Dinas Pariwisata DIY
1.	Mengembangkan serta mempromosikan pariwisata dan kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta	Menjadikan Dimas Diajeng DIY sebagai Ikon Daerah yang dapat menarik minat wisatawan.
2	Dapat memiliki pengaruh bagi kemajuan Pariwisata yang ada di DIY	Meningkatkan peran generasi muda dalam mendukung pariwisata dan budaya yang ada di DIY
3	Mendukung gerakan melestarikan budaya dan menkampanyekan Sapta pesona melalui gerakan Sadar Wisata	Dimas Diajeng DIY dapat menjadi media promosi dan marketing Pariwisata Yogyakarta
4	Menjadi penghubung antara Dinas Pawisata dengan kelompok usaha Wisata di DIY	Membantu usaha dalam meningkatkan dan mengembangkan potensi pariwisata yang ada di DIY
5	Mengajak Generasi muda untuk melestarikan dan turut serta dalam mengenalkan wisata DIY kepada khalayak luas	Dimas Diajeng DIY dapat berinteraksi dengan masyarakat melalui berbagai kegiatan yang positif

Dari masing-masing tujuan diatas, peneliti juga mendapatkan data hasil wawancara terkait dengan tercapainya tujuan Dinas Pariwisata DIY dengan adanya Dimas Diajeng DIY sebagai Duta Wisata Daerah sebai berikut:

“Sejauh ini, jika dikatakan indikator keberhasilan Dimjeng DIY dalam melakukan promosi atau kegiatan pariwisata lainnya tidak bisa di ukur dengan angka. Tapi, memang Dimas Diajeng ini memiliki pengaruh besar bagi pariwisata yang ada di DIY khususnya dalam bidang promosi. Kami cukup terbantu dengan adanya Dimjeng DIY. Dimjeng DIY menjadi contoh genarasi muda jogja yang aktif dalam mengkampanyekan pariwisata dan meletarikan budaya melalui kegiatan yang dibuat selama 2 tahun ini. Kami juga sangat terbantu dan bertrimakasih sekali atas inisiatif Dimjeng DIY dalam membuat event-event wisata dan kegiatan sosialisasi lainnya. Walaupun memang tidak semua anggota Dimjeng yang ikut serta dalam kegiatan tersebut”,(Wawancara dengan Yemmy Rianawati, ST.,MT ,Kepala bagian Pengembangan dan SDM Dinas Pariwisata DIY, 17 Maret 2017)

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa, peran Dimas Diajeng DIY dalam dunia pariwisata sangat memiliki pengaruh dalam segi promosi dan usaha untuk mengenalkan potensi pariwisata yang ada di Yogyakarta. Jika dikaitkan dengan Tujuan Dinas Pariwisata DIY, peran Dimas Diajeng DIY sendiri cukup membantu dalam mengkampanyekan wisata DIY melalui event-event yang dibuat serta kegiatan edukasi yang telah dilakukan.

B. PEMBAHASAN

Dimas Diajeng DIY merupakan Duta Wisata daerah perwakilan dari putra-putri generasi muda yang ada di Yogyakarta. Dalam hal ini, Dimas Diajeng DIY perannya sebagai pendukung aktivitas kehumasan Dinas Pariwisata DIY yang bertugas untuk melakukan kegiatan edukasi, promosi dan sosialisasi usaha pengembangan pariwisata yang ada di Yogyakarta. Usaha yang dilakukan untuk melestarikan budaya dan mengenalkan pariwisata yang ada di Yogyakarta kepada khlayak luas. Terlepas dari perannya sebagai pendukung kegiatan kehumasan Dinas Pariwisata DIY, Dimas Diajeng DIY yang juga merupakan ikon wisata Yogyakarta atau disebut juga *brand ambassador* yang dimana terdapat peran *public relations* dalam melakukan aktivitas internal dan eksternal yang bertujuan untuk membina hubungan baik dengan publiknya.

1. Peran dan Fungsi Public Relations Dimas Diajeng DIY

Public relations yang biasa disebut Humas pada dasarnya bertumpu pada komunikasi dan relasi. Melalui *Public relations*, organisasi berkomunikasi dan menjalani relasi dengan publiknya. Lebih dari itu seorang praktisi PR telah menjadi ujung tombak mencapai kesuksesan dalam menghadapi permasalahan atau isu yang berkembang, PRO bekerja untuk membangun hubungan yang harmonis dan *mutual-understanding* dengan *stakeholder* baik itu internal maupun eksternalnya. Dua peran *public relations* yang dominan dalam praktek kehumasan menurut Cutlip, dkk (2006:49) diantaranya:

- a. Peran Teknisi (*Communication Technican Role*)

Teknisi PR dalam peran praktisi ini pada umumnya adalah menjalankan fungsinya sebagai komunikator di sebuah organisasi maupun perusahaan. Pekerjaan yang termasuk dalam kategori ini umumnya merupakan aktivitas yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi dan aktivitas lain dalam proses berkomunikasi. Misalnya, membuat *press release*, *public speaking*, website, dan laporan tahunan. Oleh karena itu PRO hanya menjalankan tugas teknis semata, maka dirinya tidak terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

b. Peran Manajerial (Communication Manajerial Role)

Seorang PRO dalam peran manajerial ini merupakan bagian dari manajemen perusahaan atau organisasi. Dalam melaksanakan pekerjaan PRO terlibat dalam aktivitas pengelolaan dan perencanaan program yang dijalankan secara sistematis. Program kehumasan yang dijalankan tidak lagi sekedar reaktif terhadap persoalan yang muncul, tetapi lebih proaktif mengupayakan pemahaman publik atas setiap kemungkinan yang terjadi dalam organisasi. Dalam peran manajerial ini, PRO berfungsi sebagai penasihat manajemen khususnya terkait dengan kebijakan dan aktifitas komunikasi yang perlu disampaikan.

Berdasarkan pengertian kedua peran *public relations* diatas, Dimas Diajeng DIY berperan sebagai teknisi *public relations* dan tidak berperan sebagai manajerial *public relations*. Hal ini dikarenakan Dimas Diajeng DIY telah melakukan fungsi sebagai komunikator di dalam organisasi, berdasarkan data yang peneliti dapatkan aktivitas yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY adalah yang kegiatan bertujuan untuk membangun komunikasi baik itu didalam maupun diluar organisasi itu sendiri. Aktivitas yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY meliputi kegiatan

promosi, kegiatan sosialisasi dan pengelolaan media sosial untuk menyebarkan informasi kepada khalayak luas. Sedangkan didalam peran manajerial *public relations*, terdapat fungsi *public relations* yaitu sebagai penasehat manajemen dalam mengambil suatu kebijakan atau keputusan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Dimas Diajeng DIY tidak memiliki wewenang untuk mengambil suatu kebijakan yang terdapat di Dinas Pariwisata DIY.

Dimas Diajeng DIY adalah ikon pariwisata yang ada di Yogyakarta yang dimana didalamnya terdapat fungsi untuk mengenalkan potensi wisata yang ada, melakukan sosialisasi dan membangun citra positif diri sendiri maupun citra daerah wisata. Peran teknisi *public relations* yang kemudian dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY diantaranya: *press release* yang dilakukan guna memperoleh pemberitaan terkait Pariwisata ataupun kegiatan yang dijalankan, pengelolaan sosial media yang dilakukan untuk memberikan informasi dan membangun sebuah citra positif serta berbagai kegiatan promosi yang dilakukan untuk mengenalkan potensi wisata yang ada di Yogyakarta.

Dimas Diajeng DIY sebenarnya telah menjalankan perannya sebagai Teknisi *public relations*. Namun, dalam praktek yang ditemukan Dimas Diajeng DIY tidak memiliki laporan tahunan sebagai bentuk pertanggung jawaban kegiatan yang telah dijalankan. Dari pengertian peran teknisi *public relations* diatas, terdapat kegiatan yang umumnya dilakukan oleh seorang PRO diantaranya meliputi:

1. Pembuatan *press release*
2. *public speaking*

3. Pengelolaan website dan media Sosial

4. Pengadaan laporan tahunan

Laporan tahunan pada dasarnya merupakan bagian dari peran teknisi *Public relations*. Dengan adanya laporan tahunan, kegiatan atau program yang dijalankan dapat di arsipkan yang dimana di dalamnya terdapat perencanaan, target yang tercapai, bentuk kegiatan yang sudah berjalan, pengeluaran dana dan evaluasi program yang telah dilakukan. Disisi lain, Laporan tahunan merupakan bentuk pertanggung jawaban atas aktivitas yang dilakukan kemudian di laporkan kepada Dinas Pariwisata DIY. Sejauh ini, Dimas Diajeng DIY hanya melakukan rapat internal dengan Dinas Pariwisata terkait dengan laporan kegiatan, dimana laporan tahunan tersebut hanya dalam bentuk lisan saja dan bukan dalam bentuk pembukuan.

Humas Dimas Diajeng DIY sendiri mengakui tidak adanya laporan pertanggung jawaban yang dilakukan dalam bentuk pembukuan, hal ini dikarenakan kesibukan yang dimiliki oleh masing-masing anggota Dimas Diajeng DIY yang menjadikan pembukuan laporan kegiatan tersebut tidak dikerjakan dengan baik. Dimas Diajeng DIY sebagai organisasi yang juga bertanggung jawab terhadap program dan kegiatan yang telah berjalan berkewajiban untuk melaporkan kegiatan kepada Dinas Pariwisata agar nantinya mendapatkan dukungan penuh atas terselenggaranya kegiatan yang akan direncanakan di kemudian hari. Hal itu dapat dilakukan dengan penyusunan laporan yang dirancang setelah berakhirnya kegiatan atau program yang berlangsung dan kemudian melakukan pembukuan pada akhir

tahun, laporan tersebut dapat menjadi arsip dan acuan terkait dengan indikator dan evaluasi program yang akan dilakukan kemudian hari

2. Peran Dimas Diajeng DIY dalam Humas Pemerintah

Dimas Diajeng DIY merupakan Duta Wisata yang berada di bawah naungan Dinas Pariwisata DIY, tugas Dimas Diajeng DIY sebagai bentuk pendukung aktivitas Kehumasan Dinas Pariwisata DIY tidak lepas dari perannya sebagai humas pemerintah. Menurut H Frazier Moore (2000:131) Peran Humas dalam Pemerintah adalah bertanggung jawab memberikan pelayanan dan keterbukaan informasi kepada masyarakat, menampung aspirasi masyarakat tentang permasalahan sosial dan budaya, serta membangun komunikasi dengan *stakeholder*/masyarakat agar mendapat citra dan kesan positif dari publiknya.

Dalam teori peran Humas Pemerintah disebutkan bahwa salah satu fungsi Humas Pemerintah yaitu memberikan pelayanan dan keterbukaan informasi kepada masyarakat, Dimas Diajeng DIY berupaya memberikan informasi terkait dengan kegiatan yang dilakukan, promosi potensi wisata dan event yang dijalankan melalui publikasi yang dilakukan di akun media sosial instagram yang memuat foto dokumentasi dan keterangan terkait dengan kegiatan atau deskripsi obyek wisata. Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY maupun Dinas Pariwisata DIY melalui informasi yang diberikan di media sosial.

Menurut Dimock & Koenig (2010:298) beberapa tugas humas instansi atau lembaga pemerintah meliputi:

- a. Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang pelayanan masyarakat, kebijaksanaan serta tujuan apa dan bagaimana yang akan dicapai oleh pemerintah dalam melaksanakan program kerja tersebut
- b. Menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya untuk ikut serta dalam pelaksanaan program pembanguan di berbagai bidang sosial, budaya dan ekonomi.
- c. Menjadi komunikator sekaligus sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah dan menampung aspirasi masyarakat, serta mempertahankan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak

Dari data hasil wawancara menunjukkan bahwa usaha yang dibangun oleh Dinas Diajeng DIY untuk terus memberikan informasi yang sebenar-benarnya. Namun, terkait dengan keterbukaan informasi yang dilakukan oleh Dinas Diajeng DIY tersebut hanya mencakup kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Diajeng DIY yaitu, mengenalkan potensi-potensi wisata, program kerja/event dan kegiatan promosi yang dilakukan bersama Dinas Pariwisata saja. Untuk Informasi terkait dengan kebijakan dan peraturan pemerintah yang menyangkut pariwisata tidak termasuk dalam Tugas Dinas Diajeng DIY untuk menyamapikan hal tersebut. Dinas Pariwisata memiliki website yang didalamnya terdapat informasi terkait dengan struktur organisai, peraturan daerah dan kebijakan-kebijakan Gubernur yang dapat di akses oleh masyarakat.

Dalam tanggung jawabnya sebagai pendukung humas pemerintah, Dimas Diajeng DIY juga berupaya untuk menampung aspirasi masyarakat melalui kegiatan sosialisai. Dimas Diajeng DIY yang berfungsi sebagai perpanjangan tangan dari Dinas pariwisata DIY berusaha untuk mengetahui keinginan masyarakat melalui kegiatan yang meliputi, Pemberdayaan/pelatihan yang diberikan kepada Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) di area wisata , hal tersebut bertujuan untuk memberikan skill dan pengetahuan terkait dengan potensi yang dimiliki, selain itu terdapat *Focus Grup Discussion* (FGD) yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada di kawasan area wisata dan sebagai bentuk saranan untuk membangun komunikasi antara Dinas Pariwisata dengan masyarakat terkait. Hal ini dilakukan agar terciptannya hubungan yang harmonis dengan masyarakat sehingga tercapainya tujuan yang di inginkan serta upaya untuk membentuk opini positif oleh publiknya.

Selain itu jika dilihat dari perannya sebagai pendukung kegiatan kehumasan Dinas Pariwisata DIY, Dimas Diajeng DIY memiliki fungsi sebagai Humas Pemerintah yang juga bertugas untuk memberikan informasi kepada masyarakat, menampung aspirasi masyarakat serta melibatkan masyarakat dalam program yang dilakukan. Dalam pengadaan event yang dilakukan, Dimas Diajeng DIY telah melibatkan dan mengajak masyarakat untuk bersama-sama menciptakan kawasan wisata yang indah sesuai dengan Sapta Pesona Pariwisata yang ada di Indoneisa. Dimas Diajeng DIY mengajak masyarakat dan generasi muda untuk terlibat aktif dalam kegiatan pariwisata melalui kegiatan yaitu bersih pantai dan bersih kawasan

area wisata, kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya Sapta Pesona bagi kemajuan pariwisata yang ada di Yogyakarta.

3. Analisis Aktivitas Public Relations Dimas Diajeng DIY

Dimas Diajeng DIY merupakan organisasi yang dimana di dalamnya terdapat fungsi dan perannya masing-masing. Peran humas tidak hanya dijalankan oleh divisi humas saja, namun seluruh anggota Dimas Diajeng DIY merupakan *public relations* pariwisata yang ada di Yogyakarta. Dimas Diajeng DIY sebagai sebuah organisasi yang memiliki dua public berbeda yaitu internal dan eksternal. Menurut Elvinaro&Soemirat (2003:87), Fungsi dasar *public relations* adalah membentuk dan membina hubungan baik, dengan terciptanya hubungan yang baik, maka akan tercipta pula kinerja dan kualitas *public relations* yang merupakan bagian dari organisasi yang berfungsi untuk menjaga eksistensi dan citra yang terbentuk guna mencapai keuntungan bagi perusahaan atau organisasi. Dengan melakukan seluruh aktivitas dan kegiatan guna membina hubungan baik secara internal maupun eksternal perusahaan.

Dari pernyataan diatas dapat dilihat bahwa fungsi *public relations* pada dasarnya adalah membangun hubungan yang baik dan harmonis dengan internal dan eksternal organisasi terkait guna terciptanya tujuan bersama. Dimas Diajeng DIY berupaya untuk menciptakan hubungan yang baik dengan kedua publiknya melalui aktivitas internal yang ditujukan untuk anggota Dimas Diajeng DIY dan Dinas Pariwisata DIY. Sedangkan aktivitas eksternal yang ditujukan untuk

khalayak luas. Berikut adalah penjelasan Aktivitas yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY:

a. Aktivitas Internal Relations

. Menurut Cutlip, dkk (2006:257) *Internal Relations* (hubungan internal) adalah bagian khusus dari *public relations* yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat antara organisasi dan karyawan, dimana kesuksesan atau kegagalan organisasi akan tergantung kepada karyawan. Untuk mencapai tujuan *public relations* di antaranya ialah mengembangkan *good will* dan memperoleh opini publik yang favorable atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan publik.

Kegiatan internal yang dilakukan dengan Dinas Pariwisata meliputi Rapat rutin yang berlangsung selama 2 bulan sekali. Rapat rutin tersebut dilakukan guna terjalinnya komunikasi yang baik dengan Dinas Pariwisata, didalam rapat rutin tersebut Dimas Diajeng DIY juga menyampaikan laporan kegiatan baik itu yang sedang di rancang atau sudah terlaksana. Dengan adanya rapat rutin tersebut dimaksudkan agar Dinas Pariwisata juga mengetahui perkembangan dan aktivitas apa saja yang sudah dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY. Adapun aktivitas internal yang seharusnya dilakukan oleh seorang *public relations* dalam membangun hubungan dengan internalnya adalah sebagai berikut :

1. *Employee Relations*, Kehidupan karyawan di dalam suatu perusahaan harus dibina dengan baik agar terciptanya hubungan baik antara pemilik perusahaan

dengan internal perusahaan itu sendiri. Menciptakan hubungan yang harmonis serta membantu menarik dan mempertahankan karyawan yang baik, membangun hubungan yang bersifat dua arah antara pemilik perusahaan dengan internalnya agar terbukanya mutual understanding antara kepentingan perusahaan dengan kemampuan karyawannya, meningkatkan kualitas produk dan layanan konsumen, serta meningkatkan produktifitas.

2. *Share Holders Relations*, Hubungann harmonis antara perusahaan dengan pemegang saham yang bertujuan untuk memupuk kepercayaan. Kegiatan yang dilakukan dapat berupa kegiatan formal maupun infomral dengan karyawan perusahaan dan pemegang saham itu sendiri

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa Aktivias *internal relations* merupakan usaha yang dibangun oleh seorang *public relations* di suatu perusahaan untuk menciptakan hubungan baik dengan karyawan dan *stakeholder* internal terkait perusahaan itu sendiri. Dimas Diajeng DIY tidak melakukan aktivitas *internal relations* seperti *employee relations* dan *share holder relations* sesuai dengan aktivitas yang seharusnya dilakukan oleh *public relations* didalam perusahaan. Peran Dimas Diajeng DIY sendiri bukan sebagai karyawan dalam sebuah perusahaan melainkan sebuah organisasi yang dinamakan Paguyuban Ikatan Duta Wisata DIY, dimana didalamnya terdapat 30 anggota yang memiliki fungsi sebagai Duta Wisata. Lingkup Dimas Diajeng DIY sebagai organisasi non formal, yang membuat Dimas Diajeng DIY memiliki publik internal yang berbeda dengan perusahaan. Sehingga kegiatan yang dilakukan hanya sebatas untuk membangun

komunikasi dan melakukan koordinasi dengan anggotanya saja. Adapun kegiatan internal yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY yaitu Rapat koordinasi, rapat evaluasi, dan kegiatan informal seperti outbound dan city tour 6 bulan sekali.

Namun, kegiatan internal yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY tersebut dapat dikatakan belum maksimal, berdasarkan data yang telah peneliti dapatkan, salah satu faktor kurang maksimalnya kegiatan internal yang dilakukan yaitu tidak adanya keterlibatan dari seluruh anggota Dimas Diajeng DIY itu sendiri. Humas Dimas Diajeng DIY sendiri mengakui bahwa berkurangnya anggota yang aktif di dalam paguyuban membuat seluruh kegiatan tidak dapat berjalan dengan maksimal. Hal ini juga disebabkan karena kesibukan yang dimiliki oleh setiap anggota Dimas Diajeng DIY itu sendiri diluar paguyuban, sehingga membuat terbatasnya waktu yang dimiliki oleh anggota tersebut untuk dapat berkontribusi di setiap kegiatan yang berlangsung.

b. Aktivitas Eksternal Relations

Eksternal relations merupakan salah satu aktivitas yang dilaksanakan oleh Dimas Diajeng DIY dengan publik eksternalnya. Aktivitas eksternal relations ditunjukan untuk membina hubungan baik dan membangun komunikasi serta mengenalkan potensi wisata di Yogyakarta kepada khlayak luas. Menurut Abdurrachman (2001:38) Salah satu tujuan Eksternal Public Relations adalah untuk mempererat hubungan dengan orang-orang di luar badan atau instansi hingga terbentuk opini publik yang baik terhadap badan itu. Adapun bentuk tanggung

jawab dan aktivitas yang harus dilakukan oleh seorang *public relations* dengan eksternalnya adalah sebagai berikut:

1. *Media Relations* yang berfungsi untuk menyampaikan pesan kepada publiknya guna membangun dan meningkatkan citra melalui berbagai jenis media cetak dan elektronik, *Media Relations* digunakan untuk memberikan informasi kepada publiknya terkait dengan kebijakan atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, memperoleh publisitas yang positif, serta upaya untuk menjalin hubungan baik dengan media agar terciptaya hubungan yang harmonis guna menadapatkan dukungan dan simpati oleh media terkait.
2. *Community Relations*, menjaga hubungan dengan komunitas masyarakat dimana perusahaan berada. Eksistensi perusahaan memerlukan pengertian dan dukungan masyarakat agar terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat terkait.
3. *Marketing Communications* fokus pada aktivitas yang mendukung penjualan produk dan jasa. Beberapa strategi dilakukan oleh seorang *Public Relations* termasuk pemasangan iklan, sponsorship dan mengadakan kegiatan khusus yang menunjang adanya pemasaran seperti *Marketing Public Relations*, sosial marketing PR dan *Campaign PR* ataupun kegiatan lainnya.

Sesuai dengan pernyataan teori diatas, peneliti mendapatkan data terkait dengan aktivitas eksternal relations yang dijalankan oleh Dimas Diajeng DIY selama 1 periode kepengurusan yaitu pada tahun 2014-2016. Data yang peneliti dapatkan

berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi yang peneliti peroleh sebagai berikut:

1. Media Relations

Dalam membangun hubungan dengan media atau disebut dengan *media relations*, Dimas Diajeng DIY telah membangun relasi dengan berbagai media seperti media cetak (KR Jogja dan Tribun), Televisi (Jogja TV dan Adi TV) serta di beberapa radio lokal yang ada di Yogyakarta seperti Swaragama dan Unisi Fm. Membangun hubungan yang harmonis dengan media sangatlah diperlukan guna membangun opini positif yang nantinya berdampak pada jenis pemberitaan yang akan di dapatkan. Dimas Diajeng DIY telah melakukan kegiatan *media relations* diantaranya pengiriman *press release*, *press conference* dan siaran langsung di TV pada periode 2014-2016. Namun kegiatan tersebut belum bisa dikatakan sebagai aktivitas *media relations* yang seharusnya dilakukan oleh seorang *public relations* pada umumnya dengan bentuk-bentuk kegiatan sebagai berikut:

- a) Pengiriman Siaran pers
- b) *Pers Tour*
- c) Menyelenggarakan konferensi pers
- d) Menyelenggarakan *media gathering*
- e) Menyelenggarakan *special event*
- f) Menjadi narasumber media

Dari bentuk-bentuk *media relations* diatas, Dimas Diajeng DIY hanya melakukan beberapa kegiatan saja. Hal ini dikarenakan terbatasnya SDM yang

dapat aktif berkontribusi dalam melakukan kegiatan *media relations* tersebut dengan baik. selain itu, Humas Dimas Diajeng DIY sendiri mengakui bahwa sejauh ini Dimas Diajeng DIY fokus menggunakan sosial media saja sebagai alat untuk menyebarkan informasi.

Selain itu, sejauh ini usaha yang dilakukan Dimas Diajeng DIY dalam membangun hubungan dengan media hanya berdasarkan kedekatan yang dimiliki oleh anggota Dimas Diajeng DIY saja, kedekatan yang dimaksud adalah relasi yang terjalin dengan media merupakan keterlibatan anggota Dimas Diajeng DIY yang bekerja dalam media tersebut.

Jika dilihat dari perannya sebagai *public relations*, Dimas Diajeng DIY belum melakukan seluruh kegiatan *media relations* sesuai dengan semestinya. Karna dalam kegiatan *media relations* tidak hanya mengirim dan membuat berita saja, tetapi juga bagaimana seorang *public relations* dapat membangun hubungan baik dengan media melalui kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk menumbuhkan rasa saling pengertian dengan pemilik media. Hubungan baik dengan media apabila dijalankan dengan baik maka dapat berdampak positif bagi pemberitaan organisasi tersebut.

Seharusnya keterlibatan Dimas Diajeng DIY dalam kegiatan *media relations* dapat dilakukan dengan keterlibatan Dimas Diajeng DIY dalam kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata DIY. Karena Dinas Pariwisata DIY sebagai lembaga pemerintah yang memiliki jangkauan dan hubungan dengan media lebih luas. Hal tersebut dilakukan agar pemberitaan yang dimuat oleh media dapat

lebih luas lagi dan menambah keterbukaan dengan Dinas Pariwisata terkait dengan publikasi yang nantinya akan dilakukan.

2. Marketing Communication

Marketing Communication merupakan kegiatan yang menunjang terjadinya penjualan atau promosi. Dalam hal ini, Dimas Diajeng DIY telah melakukan beberapa aktivitas *eksternal relations* yang berkaitan dengan *marketing communications* diantaranya adalah promosi dan pembuatan suatu event. Beberapa event yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengenalkan budaya dan wisata yang ada di Yogyakarta, selain itu kegiatan event yang dilakukan juga merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mengajak generasi muda untuk menjaga lingkungan sekitar area wisata yang ditunjukkan dengan berbagai kegiatan. Adapun bentuk-bentuk kegiatan yang merupakan aktivitas *marketing communication* diantaranya adalah:

- a. Membuat event yang bertujuan untuk promosi
- b. Bekerjasama dalam sebuah event sebagai sponsorship
- c. Membuat event rutin setiap bulan
- d. Membuat event di hari-hari besar

Dari bentuk kegiatan *marketing communications* diatas, Dimas Diajeng DIY belum sepenuhnya melakukan kegiatan *marketing communication* seperti yang

disebutkan. Dimas Diajeng DIY hanya melakukan kegiatan pengadaan event seperti: Ngobar Ngabir, Suryatmajan, Anoman, Bersih Pantai, Sosialisasi dan kegiatan lain yang bertujuan untuk mengenalkan Wisata jogja serta gerakan cinta lingkungan yang di tujukan untuk generasi muda. Pengadaan event yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY tersebut tidak dilakukan rutin setiap bulan.

Kegiatan *marketing communication* yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY tersebut dapat dikatakan belum optimal, hal ini dikarenakan tidak adanya dana yang memadai untuk melakukan seluruh kegiatan *eksternal relations*. Dari hasil wawancara yang peneliti dapatkan dengan sub bagian pengembangan dan SDM Dinas Parwisata DIY, beliau mengatakan bahwa Dinas Pariwisata DIY tidak memiliki anggaran dana untuk kegiatan yang akan dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY, Dinas Parwisata menyerahkan seluruhnya kepada Dimas Diajeng DIY dalam menjalankan program yang akan dilakukan. Sumber pemasukan dana Dimas Diajeng DIY sendiri hanya berasal dari uang kas dan pencarian dana yang dilakukan melalui Sponsorship yang didapatkan selama kegiatan tersebut berlangsung. Hal tersebut yang membuat aktivitas yang dilakukan tidak dapat berjalan dengan maksimal.

Peneliti menganggap bahwa sudah saatnya Dinas Pariwisata mendukung kegiatan yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY. Dukungan yang diberikan oleh Dinas Pariwisata sendiri dapat berupa dana yang diberikan untuk mengadakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata. Hal ini dikarenakan, Dimas Diajeng DIY merupakan organisasi yang berada langsung dibawah naungan Dinas

Pariwisata DIY, yang dimana Dinas Pariwisata bertanggung jawab atas seluruh kegiatan yang akan dijalankan. Termin dana yang nantinya akan diberikan oleh Dinas Pariwisata dapat dilakukan melalui pengadaan proposal program kerja Dimas Diajeng DIY yang akan dilakukan selama 2 tahun masa jabat, yang dimana didalam proposal tersebut disebutkan jumlah anggaran yang dikeluarkan untuk mengadakan sebuah kegiatan. Peneliti meyakini apabila keterlibatan tersebut dapat dijalankan dengan baik maka seluruh aktivitas yang dijalankan oleh Dimas Diajeng DIY dapat berjalan dengan maksimal.

4. Fungsi dan Tugas Dimas Diajeng DIY sebagai Duta Wisata

Menurut Farisyah (2013: 59), duta wisata adalah pemuda-pemudi yang dipilih baik ditunjuk secara langsung atau diseleksi terlebih dahulu melalui proses pemilihan dengan berbagai tahapan seleksi. Duta Wisata adalah sosok yang dianggap mampu bekerja sama dengan 7 pemerintah setempat untuk ikut mempromosikan suatu daerah tertentu khususnya pada potensi pariwisata daerah tersebut. Dari pernyataan tersebut, Duta wisata diharapkan sebagai ikon daerah yang mampu menjadi pembicara dan membagikan informasi tentang potensi pariwisata suatu daerah kepada masyarakat luas sehingga tertarik untuk mengunjungi daerah pariwisata tersebut.

Dimas Diajeng DIY atau Duta Wisata merupakan wakil dari generasi muda yang cerdas dan berbudaya. Berbudaya berarti Dimas Diajeng DIY sebagai generasi muda yang turut melestarikan dan menjaga budaya serta adat istiadat yang ada di Yogyakarta sebagai cerminan seorang Duta Wisata. Dimas Diajeng DIY telah

melaui tahap pemilihan dan seleksi Duta Wisata yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata DIY, Dimas Daiejng DIY terpilih merupakan wakil dari 4 kabupaten yaitu Bantul, Sleman Kulon Progo, Gunung Kidul dan Kota Jogja. Selain itu, dari data yang telah peneliti dapatkan Dimas Diajeng DIY juga membekali dirinya dengan public speaking, personal branding dan pengetahuan yang luas sebagai cerminana dari generasi muda yang cerdas dan Dinamis.

Fungsi Duta Wisata menurut Satriawan (2013:39) Duta wisata merupakan perpanjangan tangan dari pemerintah yang memiliki fungsi untuk melakukan kegiatan promosi, melestarikan kebudayaan lokal yang ada serta mengenalkan potensi wisata yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan lokal maupun asing. Jika dilihat dari pernyataan diatas maka dapat dikatakan bahwa Dimas Diajeng DIY telah menjalankan perannya sesuai dengan fungsi Duta Wisata yaitu melakukan promosi, melestarikan kebudyaan dan mengnalkan potensi wisata yang ada. Hal ini dibuktikan dengan kegiatan yang telah dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY diantaranya, keterlibatan Dimas Diajeng DIY dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata DIY melalui stand-stand promosi wisata, pengadaan event sebagai upaya untuk mengenalkan potensi wisata dan kegiatan sosialisai yang bertujuan untuk melestarikan budaya lokal yang ada.

Brand Ambassador Menurut Philip Kotler (2005:105), seorang *Brand Ambassador* yang sangat berpengaruh disebabkan memiliki kredibilitas yang didukung dengan faktor keahlian, sifat dapat dipercaya dan adanya kesukaan. Daya tarik merupakan unsur-unsur atau elemen yang dimiliki seorang *Brand Ambassador*

yang meliputi keramahan, menyenangkan, fisik, dan pekerja sebagai beberapa dimensi penting dari konsep daya tarik agar mampu menarik perhatian konsumen sedangkan kredibilitas adalah suatu nilai kepercayaan dalam diri seorang *Brand Ambassador* dalam meyakinkan konsumen mengenai produk yang sedang dipromosikan.

Sesuai konsep *Brand Ambassador*, duta wisata daerah atau Dimas Diajeng DIY yang merupakan seorang *Brand Ambassador* dari Dinas Pariwisata DIY yang menggunakan strategi promosi untuk mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. *Brand Ambassador* mewakili sebuah organisasi dalam penampilan, sikap, nilai dan etika mereka. *Brand Ambassador* merupakan seseorang yang dapat dipercaya untuk mewakili produk tertentu sehingga masyarakat menjadi tertarik untuk mengetahuinya. Dimas Diajeng DIY sebagai duta wisata dituntut untuk menampilkan dan mengaplikasikan local wisdom/budaya lokal dalam setiap langkah dan kegiatan yang dijelankannya.

Selain itu, Dimas Diajeng DIY merupakan Duta Wisata daerah yang menjadi wakil serta ikon pariwisata yang ada di Yogyakarta. Peranan Dimas Diajeng DIY dalam dunia Pariwisata merupakan *Brand Ambassador* yang berada dibawah naungan langsung Dinas Pariwisata DIY. Dimas Diajeng DIY berperan sebagai media promosi dan pendukung kegiatan kehumasan yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata DIY. Terlepas dari perannya sebagai *Brand Ambassador*, Dimas Diajeng DIY menerapkan fungsi dan peran *public relations* dalam memperkenalkan pariwisata yang ada di Yogyakarta.

Dinas Pariwisata DIY sebagai lembaga pemerintah yang bertugas untuk melakukan pengembangan, promosi dan peningkatan usaha wisata yang ada di Yogyakarta mengajak Dimas Diajeng DIY untuk ikut serta dalam mengenalkan potensi wisata yang ada di Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan pengadaan event yang telah dijalankan serta kegiatan sosialisasi yang dilakukan bersama kelompok usaha wisata di masing-masing daerah yang ada di Yogyakarta.

Dimana telah disampaikan sebelumnya bahwa peran Dinas Pariwisata DIY yaitu sebagai lembaga Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, yang memiliki tugas untuk melaksanakan urusan bidang pariwisata, kewenangan dekonsentrasi serta tugas pengembangan wisata yang bertujuan untuk membuat produk wisata yang berkualitas, berwawasan budaya, berwawasan lingkungan, berkelanjutan dan menjadikan pariwisata sebagai salah satu pendorong tumbuhnya ekonomi kerakyatan. Oleh karena itu, fungsi yang kemudian dijalankan oleh Dinas Pariwisata DIY dalam pariwisata diantaranya: penyusunan program dan pengendalian di bidang pariwisata, pengelolaan pengembangan destinasi pariwisata, pengelolaan pengembangan kapasitas pariwisata, penyelenggaraan pemasaran pariwisata, pemberdayaan sumberdaya dan mitra kerja bidang pariwisata.

Dimas Diajeng DIY dan Dinas Pariwisata pada fungsi dan perannya memiliki tugas yang berbeda dalam usaha Pariwisata. Dinas Pariwisata sebagai lembaga pemerintah yang menjalankan fungsi dan tugasnya secara terstruktur sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh undang-undang dan peraturan daerah dalam usaha pengembangan wisata. Sedangkan Dimas Diajeng DIY sebagai Duta wisata atau *brand ambassador* yang memiliki peran sebagai *public*

relations pariwisata Yogyakarta yang memiliki fungsi dan tugasnya yaitu untuk melakukan sosialisasi, mengenalkan dan melakukan promosi potensi pariwisata yang ada di Yogyakarta kepada khalayak luas.

5. Peran *Public Relations* Dimas Diajeng DIY dalam Pariwisata

Menurut Ruslan, Rosaldy (2000:24) peran *public relations* dengan pariwisata adalah upaya yang dibentuk untuk membangun sebuah citra baik suatu daerah wisata untuk membentuk opini positif publiknya kemudian dilanjutkan dengan melakukan kegiatan komunikasi yaitu promosi untuk meningkatkan daya tarik wisata yang ada sebagai bentuk pemasaran yang dilakukan oleh seorang *public relations*

Dimas Diajeng DIY telah melakukan kegiatan yang bertujuan untuk pemasaran dan membangun komunikasi dengan publiknya. Hal ini ditunjukkan dengan pengadaan sebuah program acara dan penyusunan kegiatan yang dilakukan dalam bentuk event yang dimana didalamnya menggambarkan potensi pariwisata dan kebudayaan yang ada di Yogyakarta. Peran Dimas Diajeng DIY dalam pariwisata selain sebagai media promosi, mereka juga melakukan sosialisasi terkait dengan pariwisata kepada usaha pengembangan wisata yang ada, Dimas Diajeng DIY melakukan kegiatan sosial yang meliputi penggalangan dana yang diberikan kepada Kaum Dhuafa dan anak Yatim yang ada di kawasan wisata.

Peran Humas didalam bidang pariwisata sangat erat kaitannya kepada institusi/lembaga yang menaunginya yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Yang merujuk pada fungsi dan peran Humas didalam bidang pariwisata selain hanya

membentuk citra dari institusi/lembaga tersebut, tetapi juga merupakan alat untuk memperkenalkan objek wisata. Selain itu hubungan Pariwisata dan Humas juga sangat erat kaitanya, dimana pariwisata juga membutuhkan Humas dalam pengembangannya. Seperti, menyusun strategi komunikasi diantaranya adalah, promosi tempat wisata, kampanye program wisata dan pengenalan budaya dan objek wisata yang merupakan faktor penting yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang ke daerah tersebut. peran *public relations* yang dapat dijadikan acuan dalam melakukan aktivitas pariwisata adalah sebagai berikut :

- a. *Publication* (Publikasi dan Publisitas)
- b. *Event* (Penyusunan Program Acara)
- c. *News* (Menciptakan Berita)
- d. *Inform or image* (memberitahukan atau membangun citra)
- e. *Social Responsibility*

Dari bentuk kegiatan dan peran *public relations* diatas, Dimas Diajeng DIY telah melakukan aktivitas yang terkait dengan pariwisata dan budaya yang ada di Yogyakarta. Fungsi Dimas Diajeng sebagai *public relations* pariwisata Yogyakarta telah dilakukan sebaik mungkin.

- a. Publications

Dimas Diajeng DIY melakukan publikasi dengan memberikan terkait dengan potensi wisata yang ada serta kegiatan yang dilakukan. Informasi yang diberikan oleh Dimas Diejeng DIY tersebut dilakukan melalui media sosial yang dimiliki. Namun pada prakteknya, penggunaan media sosial untuk menyebarkan informasi

terkait dengan potensi wisata tersebut tidak dijalankan dengan maksimal. Dimas Diajeng DIY hanya menggunakan Instagram saja sebagai media untuk menyebarkan informasi.

Dimas Diajeng DIY memiliki akun media sosial lain seperti facebook, twitter dan youtube namun tidak dimanfaatkan dengan sebaik mungkin. Hal ini yang menyebabkan informasi yang diberikan tidak dapat dijangkau luas oleh khlayak, karena terbatasnya media yang digunakan oleh Dimas Diajeng DIY yaitu melalui instagram saja. Apabila dilihat dari pengguna media sosial di Indonesia, tidak semua orang menggunakan akun instagram saja sebagai media untuk mencari informasi. Sudah semestinya Dimas Diajeng DIY dapat memanfaatkan media sosial tersebut dengan optimal, penggunaan facebook dan twitter dapat dilakukan untuk menyebarkan informasi terkait dengan potensi wisata maupun kegiatan yang dilakukan. Hal ini dikarenakan agar penyebaran informasi yang diberikan dapat lebih luas lagi dan agar lebih mudah di akses oleh pengguna akun media sosial lain seperti facebook, twitter dan youtube. Penggunaan admin dalam media sosial dapat dilakukan untuk menyebarkan informasi terkait pariwisata yang ada di seluruh akun media sosial Dimas Diajeng DIY.

b. Event Penyusunan acara

Merancang acara tertentu atau lebih dikenal dengan peristiwa khusus (*special event*) yang dipilih dalam jangka waktu, tempat dan obyek tertentu yang khusus sifatnya untuk mempengaruhi opini public. Dimas Diajeng DIY telah melakukan

beberapa tahapan dalam penyusunan event yang dijalankan, Tahapan penyusunan Event tersebut meliputi :

1. Survey
2. Perencanaan Program
3. Pelaksanaan Program
4. Evaluasi Program yang telah dijalankan.

Tidak hanya tahapan perancangan program saja, Dimas Dijeng DIY telah membuat sebuah event yang bertujuan untuk memperkenalkan potensi wisata dan budaya yang ada di Yogyakarta. Event kegiatan rutin ini dijalankan setiap tahunnya dimana Terdapat 5 event yang telah dijalankan. Namun kendala yang dialami oleh Dimas Diajeng DIY sendiri yaitu terbatasnya SDM yang dapat ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan dan pendanaan yang dimiliki oleh Dimas Diajeng DIY tidak dapat mencukupi seluruh kegiatan yang dirancang. Sehingga event yang di jalankan kurang maksimal.

a. News (Menciptakan berita)

Berupaya menyampaikan berita dengan cara *press release*, *news letter* dan bulletin yang biasanya mengacu pada 5W+1H agar berita yang dimuat dapat memiliki nilai jual dan mampu menarik perhatian publiknya. Terdapat pemberitaan yang memuat terkait dengan pariwisata dan aktivitas yang dijalankan oleh Dimas Diajeng DIY itu sendiri. Pemberitaan yang didapat oleh Dimas Diajeng DIY sendiri selama ini bersifat positif.

Relasi yang dibangun dengan media yang ada di manfaatkan sebaik mungkin oleh Dimas Diajeng DIY untuk melakukan publikasi terkait kegiatan yang sedang berlangsung seperti, Pemberitaan malam penobatan Dimas Diajeng DIY pada bulan januari 2017 yang dimuat di Net TV jogja, pemberitaan Dimas Diajeng DIY yang dimuat Di surat kabar KR Jogja dan masih banyak lagi. Namun memang tidak semua media yang telah bekerjasama dapat memuat terkait pemberitaan Dimas Diajeng DIY. Dimas Diajeng DIY seharusnya dapat secara rutin mengirimkan release terkait dengan kegiatan yang dilakukan serta melakukan talkshow di Radio-radio yang dapat dilakukan setiap minggunya. Dimana Talkshw tersebut membahas tentang potensi pariwisata yang ada di Yogyakarta, talkshow tersebut juga dapat berupa promosi dan pemberian informasi.

c. *Inform or image* (memberitahukan atau membangun citra)

Sebagai seorang Duta Wisata, Dimas Diajeng membangun sebuah citra daerah yang dimulai dari diri sendiri. Yaitu, Dimas Diajeng DIY membekali diri dengan karakter yang dibangun sebagai generasi muda yang Cerdas, dinamis dan berbudaya. Dimas Diajeng DIY ingin menunjukkan bahwa Duta Wisata juga memiliki sifat yang dinamis terhadap perkembangan zaman dengan tetap menjaga dan melestarikan kebudayaan luhur yang ada. Dimas Diajeng DIY membangun sebuah citra daerah yang dimulai dari penggunaan sosial media yang dimana menunjukkan pribadi yang cerdas, dinamis dan berbudaya yang dilakukan melalui penulisan *caption* yang diberikan di postingan Instagram.

Selain itu, Dimas Diajeng DIY telah membangun citra daerah dengan melakukan berbagai kegiatan yang dimana didalamnya menggambarkan Yogyakarta sebagai pusat destinasi yang berbasis budaya dan citra wisata Yogyakarta yang masih terjaga kearifan lokalnya. Kegiatan yang ditujukan untuk generasi muda yang ada di Yogyakarta juga menunjukkan bahwa Dimas Diajeng DIY ingin mengajak generasi muda untuk berperan aktif dan menjaga lingkungan serta budaya lokal di Yogyakarta.

f. Kegiatan Sosial

Aspek tanggung jawab sosial dalam dunia *public relations* adalah cukup penting, tidak hanya memikirkan keuntungan materi bagi perusahaan atau lembaga, tetapi juga kepedulian kepada masyarakat untuk mencapai sukses dalam memperoleh simpati atau empati dari publiknya. Dimas Diajeng DIY telah melakukan kegiatan sosial sebagai bentuk tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan terkait. Kegiatan Sosial yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY yaitu penggalangan dana yang kemudian diberikan kepada kaum dhuafa dan anak-anak yatim yang ada di kawasan wisata Yogyakarta. Kegiatan sosial tersebut dilakukan pada bulan ramadhan saja dan hanya berlangsung selama 1 kali dalam 2 tahun kepengurusan. Dimas Diajeng DIY melakukan buka bersama dan pengajian bersama anak-anak yatim di panti asuhan Aisyah dan Membagikan sembako kepada kaum Dhuafa yang ada di sekitar masjid Agung Bantul Yogyakarta.

Kegiatan sosial yang dilakukan oleh Dimas Diajeng DIY bertepatan dengan bulan Ramadhan, Seharusnya kegiatan sosial tersebut dapat dilakukan tidak

semata-mata hanya karena momentum Ramadhan saja, tetapi dapat dilakukan kapan saja. Kegiatan sosial yang dilakukan tersebut alangkah lebih baik lagi jika dikerjakan dan dilaksanakan secara berkelanjutan. Karena jika kegiatan sosial dapat dikerjakan dengan baik maka akan berdampak positif bagi citra organisasi tersebut.