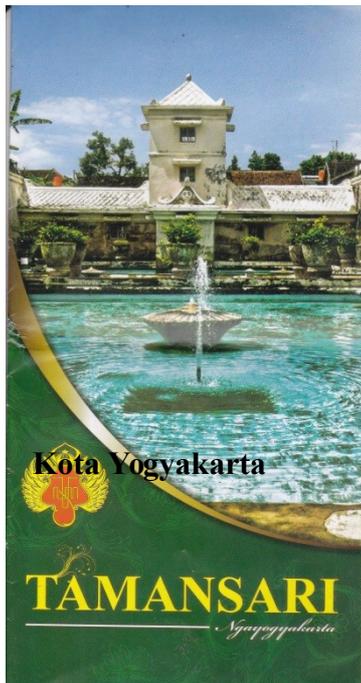


LAMPIRAN GAMBAR

Media Promosi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta

Brosur Taman Sari Yogyakarta



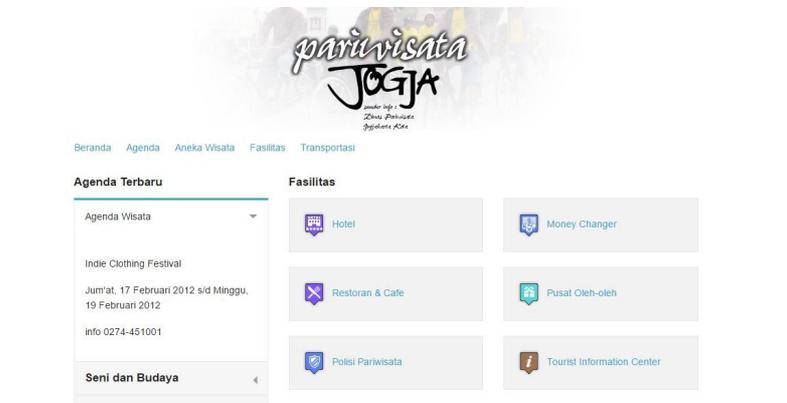
Guide Taman Sari



Website BP2KY



Website Dinas Pariwisata



Promosi Jogja Tv



Iklan Pariwisata & Kebudayaan DIY | TVRI JOGJA | 9 Januari 2016

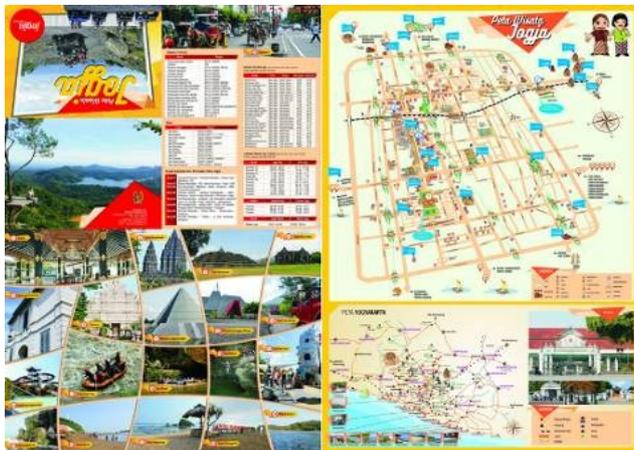
Festival Taman Sari Yogyakarta



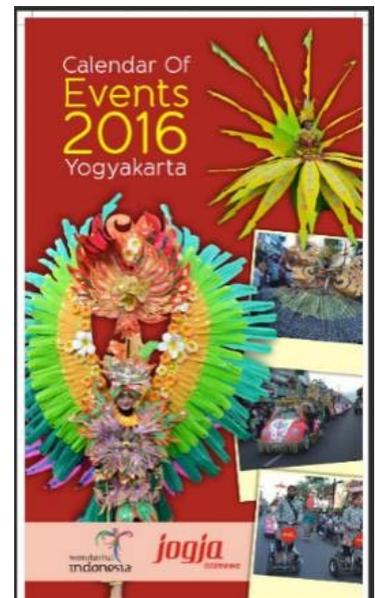
Guide Book



Peta Wisata



Jogja Kalender



Billboard

Selamat Datang di Yogyakarta - Indonesia
Kota Jawa yang Romantis

Kota Yogyakarta atau Jogja dihormati sebagai pusat seni halus dari kebudayaan Jawa yang telah expert batik, ballet, drama, musik, puisi dan pertunjukan boneka. Ia juga masyhur sebagai pusat pendidikan tinggi Indonesia, ia merupakan destinasi pelancongan kedua selepas Bali. Untuk ke Yogyakarta dari Kuala Lumpur, hanya mengambil masa penerbangan selama 2.5 jam, dengan AIR ASIA atau MAS.

Untuk maklumat lanjut, sila lawati:
www.jogjatogo.com
www.yogya.com, www.destinationjava.com,
www.hotelinjaya.com, www.jogja.com,
Sila kunjungi kami di MATTA FAIR JOHOR, 17-19 July 2009

This advertisement is presented by Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta (BP2K) - Yogyakarta City Tourism Promotion Board

PLACES OF INTEREST

• Borobudur and Meru Prambanan • Kulawang Rajawong, Uluw, Tertaku Batu Museum, Masjid gah (18 Hotel) • Pura Prambanan • Sempu Krali Museum Fashion • Arkaya Museum • Antabumasa Plaza • Malioboro Street • Pradig Music Cassette Shop • Beringharjo Central Market • Mirota Handicraft

• Sonobudoyo Museum • Sultan Park • Sultan Mosque • Taman Sari Water Castle • Klotoko • Klotoko Batik Center • Mangrove Village • Candonga Village • Boko Shop (Beratani perikanan & perikanan) • Nglanggamen Mountain • Blimbing Village • Pengungkit, Bako, Klaten & Nelayan Beach

Bagaimana untuk ke JOGJA:
• Penerbangan terus KL-JOGJA-KL, AIR ASIA; Setip hari, MAS; Selasa, Jumat, Minggu
• Penerbangan terus SINGAPORE-JOGJA-SINGAPORE, AIRASIA; Setip hari

www.jogjatogo.com

<p>HOTEL DENGAN PAKEJ INAP MURAH</p> <p>Duta Garden Hotel RM 385/Pax Pakej inap malam 3 malam / 4 hari di YOGYA, RM 385/orang, menginap di DUTA GARDEN HOTEL, termasuk breakfast, air, minuman, Pemandian / Spa, Sukan / Tempak Kerajinan</p>	<p>Duta Hotel RM 354/Pax Pakej inap malam 3 malam / 4 hari di YOGYA, RM 354/orang, menginap di DUTA HOTEL, termasuk breakfast, air, minuman / Pemandian / Spa, Sukan / Tempak Kerajinan City Tour</p>	<p>Delia Homestay RM 204/Pax Pakej inap malam 3 malam / 4 hari di YOGYA, RM 204/orang, menginap di DELIA HOMESTAY termasuk breakfast, air, minuman / Pemandian / Spa, Sukan / Tempak Kerajinan City Tour</p>
---	--	---

EAX : +62 274 88379 email: info@jogjatogo.com, info@jogjatogo.com

**LAMPIRAN SURAT PERIZINAN DINAS PARIWISATA
KOTA YOGYAKARTA**



PEMERINTAHAN KOTA YOGYAKARTA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PERIZINAN
Jl. Kenari No. 56 Yogyakarta 55165 Telepon 555241, 515865, 562682
Fax (0274) 555241
E-MAIL : pmperizinan@jogjakota.go.id
HOTLINE SMS : 081227625000 HOT LINE EMAIL : upik@jogjakota.go.id
WEBSITE : www.pmperizinan.jogjakota.go.id

SURAT IZIN

NOMOR : 070/0098.P1
0106/34

- Membaca Surat : Dari Dekan Fak. Ilmu Sosial - UMY
Nomor : 0957/A/2/VIII/2017 Tanggal : 10 Januari 2017
- Mengingat : 1. Peraturan Gubernur Daerah istimewa Yogyakarta Nomor : 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitiar, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pembentukan, Susunan, Kedudukan dan Tugas Pokok Dinas Daerah;
3. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 29 Tahun 2007 tentang Pemberian Izin Peneitian, Praktek Kerja Lapangan dan Kuliah Kerja Nyata di Wilayah Kota Yogyakarta;
4. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 85 Tahun 2008 tentang Fungsi, Rincian Tugas Dinas Perizinan Kota Yogyakarta;
5. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 14 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Perizinan pada Pemerintah Kota Yogyakarta;
- Dijinkan Kepada : Nama : SLAMET ARIFIN
No. Mhs/ NIM : 20120530201
Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Ilmu Sosial - UMY
Alamat : Kampus Terpadu Ngebel, Tamantirto, Kasihan, Bantul
Penaanggungjawab : DR. Suciati, S.Sos., M.Si.
Keperluan : Melakukan Penelitian dengan judul Proposal : STRATEGI PROMOSI DINAS PARIWISATA DAN DINAS KEBUDAYAAN KOTA YOGYAKARTA DALAM MEMPROMOSIKAN KAMPUNG TAMAN UNTUK MENARIK MINAT WISATAWAN TAHUN 2015-2016
- Lokasi/Responden : Kota Yogyakarta
Waktu : 11 Januari 2017 s/d 11 April 2017
Lampiran : Proposal dan Daftar Pertanyaan
Dengan Ketentuan : 1. Wajib Memberikan Laporan hasil Penelitian berupa CD kepada Walikota Yogyakarta (Cq. Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta)
2. Wajib Menjaga Tata tertib dan menaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat
3. Izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kesetabilan pemerintahan dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah
4. Surat izin ini sewaktu-waktu dapat dibatalkan apabila tidak dipenuhinya ketentuan-ketentuan tersebut diatas

Kemudian diharap para Pejabat Pemerintahan setempat dapat memberikan bantuan seperlunya

Tanda Tangan
Pemegang Izin

SLAMET ARIFIN

Dikeluarkan di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 11 Januari 2017
An. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Perizinan
Sekretaris



Dra. CHRISTY DEWAYANI, MM
NIP. 196304081986032019

Tembusan Kepada :

- Yth 1. Walikota Yogyakarta (sebagai laporan)
2. Ka. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta
3. Ka. Dinas Kebudayaan Kota Yogyakarta
4. Camat Kota Yogyakarta

Interview Guide

Untuk mendapatkan informasi atau data dari Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta mengenai pelaksanaan strategi pariwisata, maka peneliti merumuskan beberapa pertanyaan, sebagai berikut:

1. Profil Dinas Pariwisata
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Dinas Pariwisata?..
 - b. Pada tahun berapa Kampung Taman berdiri?
 - c. Apa tujuan dari didirikannya Kampung Taman?

2. Perencanaan promosi pariwisata
 - a. Bagaimana proses merencanakan strategi promosi dalam memperkenalkan Wisata Kampung Taman?
 - b. Bagaimana penentuan anggaran dalam Perencanaan kegiatan promosi?
 - c. Adakah hambatan – hambatan yang ditemui dalam proses promosi?
 - d. Dalam merencanakan promosi, apakah sudah sesuai dengan target Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam bidang promosi wisata?
 - e. Bagaimana peran humas dan public relations dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata maupun memperkenalkan wisata Kampung Taman? Kegiatan apa saja yang dilakukan?
 - f. Apakah dengan program promosi yang telah diterapkan meningkatkan jumlah wisatawan?

3. Menentukan tujuan promosi
 - a. Bagaimana menentukan tujuan promosi sebelum melakukan promosi?
 - b. Bagaimana Dinas Pariwisata dalam menentukan tujuan promosi? Bila menggunakan metode, metode apa yang digunakan?

4. Merancang pesan promosi
 - a. Bagaimana Dinas Pariwisata Yogyakarta dalam merancang pesan promosi?
 - b. Jika menggunakan metode untuk merancang pesan promosi, metode

Lampiran

Transkrip Wawancara

1. Transkrip wawancara dengan Bapak Norwin (Staff promosi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta) Pada tanggal 27 September 2017.

Pewawancara: Apakah tujuan dibentuk Desa wisata khususnya Tamansari?

Narasumber : Alternatif strategi itu dibentuk untuk mengurangi kejenuhan tempat wisata di Jogja. Kalau orang menuju keraton terus menerus mungkin bosan. Makannya dibentuk 12 desa wisata atau beberapa tempat wisata favorit salah satunya Tamansari. Kalau kabupaten biasanya desa wisata bersama.

Pewawancara: Bagaimanakah strategi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam mempromosikan Tamansari?

Narasumber : Kita kalau Tamansari tidak bisa melakukan program-program tanpa izin dari kraton. Karena Tamansari ini merupakan bagian dari kraton. Untuk acara A, B, C dengan segala macam itu tergantung kraton dan Tamansarinya., kami tidak memiliki wewenang karena bukan milik pemerintah. Banyak orang yang beranggapan bahwa Tamansari ini milik pemerintah Kota Yogyakarta. Namun pada dasarnya itu milik kraton. Kraton dengan pemerintah itu berbeda ya, mereka memiliki manajemen masing-masing. Untuk banyak pengunjung kita promosikan. Menurut kami Tamansari itu tingkat kunjungannya tidak pernah menurun atau sepi, tapi terus mengalami peningkatan. Jadi dapat dikatakan Tamansari itu objek wisata yang sudah jadi, yang memiliki spesifikasi sendiri dari objek kraton.

Pewawancara: Bagaimana bentuk strategi promosinya?

Narasumber : Program promosi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta untuk mempromosikan destinasi wisata Kota Yogyakarta adalah melalui pameran yang diadakan rutin setiap tahun Event yang pernah dilakukan di Desa Wisata Taman adalah Festival Kesenian Yogyakarta (FKY) yang merupakan program Provinsi DIY dan Dinas Pemuda DIY yang rutin diadakan tiap tahun di Pasar Ngasem dan *Car Free Day* yang diadakan tiap bulan.

Pewawancara: bentuknya apa saja ya pak?

Narasumber : Untuk promosi itu ada beberapa antara lain itu pameran. Kita juga ada pertemuan antara pengusaha-pengusaha yang ada di jogja dengan kota lainnya. Seperti pengusaha hotel misalnya. Pameran ada juga rutin tiap tahun satu kali.

Pewawancara: Apakah ada event khusus untuk mempromosikan destinasi wisata?

Narasumber : Ada seperti yang FKY itu tiap tahun dipasar ngasem. *Car free day* juga tiap bulan kami adakan.

Pewawancara: Bagaimana respon masyarakat terhadap acara FKY?

Narasumber : FKY antusias masyarakatnya bagus. Untuk tahun 2016 ini ada yang kita adakan di taman parkir. Walaupun secara target masih belum memenuhi. Tapi kita berusaha untuk mengadakan di lain tempat. Namun untuk acara di ngasem tetap ada. FKY tahun ini juga diadakan di pasar ngasem. FKY ini termasuk program Provinsi melalui dinas pemuda DIY.

2. Transkrip wawancara dengan Ibu Yeti (Staff promosi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta) pada tanggal 26 Januari 2017.

Pewawancara: Siapakah target wisatawan?

Narasumber : Target wisatawan lokal dan internasional yang terdiri dari semua lapisan masyarakat. Kami menerapkan beberapa kegiatan Pariwisata dan memanfaatkan *website* untuk meluaskan jangkauan promosi. Kemudian juga Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menjalin kerja sama dengan kota – kota lainnya dalam memperkenalkan wisata Kota Yogyakarta dengan menyebarkan pamflet, brosur dan alat promosi lainnya.

Pewawancara: Bagaimana proses merencanakan strategi promosi dan perencanaan pesan dalam memperkenalkan Wisata Kampung Taman?

Narasumber : Proses dalam merancang pesan promosi kami memilih untuk lebih mengutamakan keefektifan dan keefesienan serta mempunyai pesan – pesan tentang keindahan alam dan keanekaragaman budaya yang dimiliki Kota Yogyakarta.

Pewawancara: Adakah hambatan – hambatan yang ditemui dalam proses promosi?

Narasumber : Kendalanya hanya terbentur pada peralatan *design* serta kemampuan untuk mendesign materi promosi.

Pewawancara: Bagaimanakah cara membuat materi promosi?

Narasumber : Cara membuat materi promosi kita bekerjasama dengan salah satu usaha percetakan/video untuk membuat video promosi dan cetak beberapa buku panduan wisata, brosur-brosur, *director*-nya hotel. Tim kreatif sudah termasuk rekan kita yang tunjuk.

Pewawancara: Media apa yang digunakan?

Narasumber : Media promosi yang kami gunakan adalah media massa seperti koran, TV dan lain-lain atau *online (comunita)*, *outdoor/indoor* seperti melaksanakan pameran pariwisata, lebih efektif karena media tersebut lebih tepat dan pengaruhnya sangat positif.

Pewawancara: Bagaimana penentuan anggaran dalam Perencanaan kegiatan promosi?

Narasumber : Jumlah anggaran promosi ditetapkan pada rapat akhir tahun baik dengan interen atau dengan instansi terkait untuk menentukan atau merencanakan anggaran di tahun depan. Anggaran untuk promosi ada batasan-batasan yaitu dengan adanya standarisasi dari pemerintah yang bersumber dari APBD dan pertahun anggaran yang disediakan tidak tentu.

Pewawancara: Bagaimana peran humas dan public relations dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisata maupun memperkenalkan wisata Kampung Taman? Kegiatan apa saja yang dilakukan?

Narasumber : Travel dialog. Kegiatan ini kita mengunjungi ke beberapa daerah dan mengundang *stakeholder*, guru kadang pelajarinya juga dan disitu kita memaparkan destinasi jogja dan lain-lain serta mempromosikan Kota Yogyakarta. Kita sebar *questioner* bagaimana pendapat mereka tentang kota jogja.

Pewawancara: Sejak kapan pameran kampung wisata diterapkan?

Narasumber : Pameran kampung wisata sudah dijalankan sejak 2012, konsepnya mempromosikan kampung wisata yang telah siap jual.

Pewawancara: Apakah ada kerjasama dan pertemuan khusus, semacam itu?

Narasumber : Ya. Pertemuan antara pengusaha-pengusaha baik yang berada di Yogyakarta maupun di luar Yogyakarta. Pertemuan dengan *stakeholder* jika ada acara-acara khusus. Kecuali dengan Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta (BP2KY). Dengan BP2KY kita sering kordinasi terkait

dengan pariwisata kota Yogyakarta baik bagaimana memajukan kota jogja dan bersama-sama mempromosikan kota Jogja dan lain-lain. Kalau *stakeholder* yang sering kita undang (misal kita ajak kegiatan Jogja *day* atau *tablet top* bisa kira gandeng ASITA, HPI, BP2KY sendiri, PHRI bisa APJI dan lainnya.

Pewawancara: Dalam merencanakan promosi, apakah sudah sesuai dengan target Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam bidang promosi wisata? Bagaimana mengukur keberhasilan promosi?

Narasumber : Kami mengukur hasil promosi dengan melihat langsung respon wisatawan pada saat promosi, melihat tingkat penjualan, dan perhitungan jumlah kunjungan wisatawan dengan sistem sampling.

Pewawancara: Apakah dengan program promosi yang telah diterapkan meningkatkan jumlah wisatawan?

Narasumber : Promosi yang ditetapkan meningkatkan jumlah wisatawan, data selalu meningkat setiap tahunnya. Dalam merencanakan promosi sudah sesuai target karena semua diawali dengan konsep pembuatan RKA (Rencana kegiatan), untuk spesifiknya promosi dilakukan secara mandiri oleh koordinatornya. Bentuk dan tujuan promosi ditentukan pada saat rapat bersama *stakeholder* (tatap muka langsung), dengan kegiatan *travel dialog*, pameran dan pembuatan materi promo.

3. Transkrip wawancara dengan Bapak Yadi (Penduduk sekaligus guide Kampung Taman Yogyakarta) pada tanggal 01 Februari 2017.

Pewawancara: Apakah bapak mengetahui bentuk promosi Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam mempromosikan Kampung Taman? Apakah ada pembinaan dari dinas untuk guide?

Narasumber : Bentuk promosi berupa brosur yang ditiket dan yang saya bawa ini. Ini program dari pemerintah dan dari kraton karena masyarakat indonesia lebih senang foto di depan kamera. berbalik dari orang asing mereka lebih suka mengenal sejarah daripada berfoto. Ini kita pertahankan karena anjuran dari orang asing dan kita bekerja sama dengan UNESCO, Dinas Cagar Budaya, Dinas Pariwisata dan Kraton. Kerjasama dengan Dinas Pariwisata untuk

kemananan kita juga. Ada pembinaan dari pemerintah untuk pembinaan bahasa. Pewawancara:

Pewawancara: Apakah ada kerjasama antara masyarakat, guide dan dinas dalam mempromosikan Kampung Taman?

Narasumber : Kita bekerjasama dengan Dinas Pariwisata masih dalam arti seperti ini kita takut nanti ada guide liar bukan orang sini bisa memandu dan memberikan sejarah yang kurang benar sehingga sejarah menjadi salah kaprah terutama dalam sejarah filosofi.

Pewawancara: Apakah Bapak tahu sumber promosi Kampung Taman?

Narasumber : Dana istimewa Yogyakarta dibagi dalam setiap 4 kabupaten dan 1 kota madya untuk budaya hiburan, budaya seni.

4. Transkrip wawancara dengan Bapak Ibnu (Koordinator Kampung Taman) pada tanggal 09 Oktober 2017.

Pewawancara: Bagaimana sejarah berdirinya Kampung Taman?.

Narasumber : Kampung Taman dulu belum apa-apa. Sekarang kan *heritagenya* sudah di renovasi, sudah dikonservasi, bangunannya sudah *bejo*. Kalo dulu itu belum maksimal parkir juga belum artinya kan orang-orang kan cuma tahu batik dan Tamansari. Di itu bahkan kemudian satu rumah bisa dipastikan memiliki 5-8 tenaga kerja . nah itu sehingga kemudian apa ya ya tadi kalo aku ngitungnya itu sejak ada dulu awalnya itu ada KSM tapi dulu belum namanya KSM kan, awal-awal di wilayah RT 38/39 di sebelah utara. itu yang awal dulu tokohnya namanya kita punya seniman yang juga Indonesia dan juga asri sana dan itu juga Hardjiman, tapi itu awal memang awal memang kita akui itu sebagai awal cikal bakal batik, itu kalo apa awal dari Tamansari.

Pewawancara: Pada tahun berapa Kampung Taman berdiri?

Narasumber : Kalo Kampung Taman sari sudah lama, jadi begini malah kalo aku membandingkan dengan sekarang ada kampung wisata desa wisata kita itu lebih dahulu tahun 70 sudah ada kegiatan untuk kepariwisataan khususnya batik painting.

Pewawancara: Apa daya tarik Kampung Taman?

Narasumber : Ada tiga tujuan wisata ada Tamansari tapi belum di rehab terus kemudian kampungnya sendiri kemudian pasar Ngasem, itu suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan, dulu kan pasar ngasem disini termasuk pasar burungnya, sekarang pasar burung dipindah ke pasty yang menjadi satu bagian kesatuan termasuk disitu ada turis asing yang belanja batik, painting kemudian dan sebagainya itu menjadi kita terkenal.

Pewawancara: Apakah ada bantuan dana promosi dari pemerintah?

Narasumber : Pemerintah kota belum maksimal anggaran yang ada pariwisatanya yang saya lihat APBD 2015 hanya 8 milyar untuk 17 kampung. Sebenarnya tadi seperti yang di tanyakan poin berapa tadi promosi tadi itu kan sebenarnya kita tidak promosi sudah orang berdatangan karena rangkaian di *guidebook*nya kan antara Malioboro, Kraton Tamansari itu satu paket.

Pewawancara: Media apa yang digunakan masyarakat Kampung Taman untuk berpromosi?

Narasumber : Sebetulnya kalo promosi taruhlah kita beberapa mandiri itu dari mulut kemulut maupun kemudian beberapa yang punya profit usaha entah apa itu apa namanya yang punya angkutan itu untuk wisatawan itu apa travel sebagainya itu pasti ngangkat nama kita sehingga tanpa disadari mempromosikan tu secara langsung

Pewawancara: Kalau untuk Festival Tamansari?

Narasumber : Kita sudah *event* ke 8. Untuk *event* ke 9 itu besok tepatnya tanggal 23 Oktober 2016 di pelataran Pasar Ngasem.

Pewawancara: Apakah masyarakat sini mengandalkan promosi dari berbagai pihak?

Narasumber : tidak juga. Mereka punya ada berapa punya *art gallery*, ada yang disetorkan, tapi ya tadi ada sekarang mulai turun, Pawirotan dulu ada beberapa punya kita *gallery* dan masyarakat yang hobi lalu disetorkan di beberapa bahkan sampai ke bali sekarang itu sudah mulai drop sehingga sekarang pasarannya dirumah apa mereka punya *art shop* atau *galery* di depan rumah, mereka pasarkan itu, jadi kalo mencari betul-betul sekarang kampung batik itu sudah tidak ada. Namun akses di jalan sudah enak, ada pusat – pusat informasi.

Pewawancara: apakah ada upaya branding?

Narasumber : Nah *kalo* sekarang ke depan apa yang jadi utama, hampir semua apa dengan asumsi turis yang masuk segitu nggak perlu *branding* seperti kampung wisata, kalo Nglanggeran kalo mana, Gunung Pubakala, Goa Pindul kan jualan gitu. Itu kan lahirnya kita dapet proyek ya sama kayak mandiri untuk ngatur itu tahun 2013 *kalo gak* 2011 kalo aku dapatnya untuk ini kan ada jalanan tenda-tenda itu nah itu PNPM..

Pewawancara: Kalau batik masih dilestarikan sekali ya pak?

Narasumber : Itu sekalian banyak hal kalo kemudian batik masih bertahan di paling tidak 2 RT komunitasnya ada beberapa yang masih punya potensi paling batik tapi sekarang dia sudah bertransformasi jadi tadi apa seperti lek ewon dia menjadi *ngajarin* pelatihan *outbond* pelatihan yang *gedegede* nanti *nggatukke* beberapa di Tamansari dari perusahaan-perusahaan *gede* dia terima jadi *kalo* batik sebagai mata pencarian sebagian besar memang sekarang *kalo* dihitung sudah agak menurun tapi mereka secara penghasilan dan wisata sudah berubah juga .

Pewawancara: Bagaimana perkembangan batik di sini?

Narasumber : Sekarang kan sudah mulai muncul lagi produk kaos lukis.

Pewawancara: Hanya batik saja ya pak yang ditawarkan?

Narasumber : *Kalo* sekarang orang yang semua yang bisa dijual tergantung ya di jual di pasaran. *Kalo* dulu kan batik, sekarang *guide* nanti *jenengan* bisa hitung, kalo kelompok resmi ada BTSTY. kemudian *guide* ya *guide* saja beberapa titik, ada yang dari Sompilan ada yang dari Ngasem kemudian disini, disini yang resmi karena disini biasanya sudah pelatihan sudah pakai sertifikat lalu tanda pengenal, itu sudah standar yang resmi, ada beberapa tingkatan bahkan juga ada beberapa bahasa

Pewawancara: Untuk fasilitas yang disediakan untuk wisatawan apa saja pak?

Narasumber : WC, *tak* sarankan karena ada *surveyor* dari UGM masuk, oh ini yang belum ada apa, oh WC kemudian standarnya standar yang bagus paling tidak kan sudah disediakan satu tahun sampai angka terakhir itu dua tahun lalu itu Agus

bilang sampai 30 juta berarti sekarang sudah 35 juta satu tahun lebih lima WC, artinya kan terus ya banyak hidup.

5. Transkrip wawancara dengan Ibu Dwi Narsih dan Bapak Wicaksana (Pengunjung Kampung Taman Yogyakarta) pada tanggal 20 September 2016.

Pewawancara: Apakah Ibu kesini karena melihat promosi atau pernah melihat iklan-iklan atau media promosi?

Narasumber : Bukan karena program promosi, mas. Saya ke sini ya karena tadi habis dari Tamansari jadi sekalian muter saja. Belum pernah tahu iklan-iklan pariwisata.

Pewawancara: Apakah ada bantuan dana promosi dari pemerintah?

Narasumber : Belum pernah tahu kampung ini. Saya tadi habis dari Tamansari terus muter-muter ke sini.