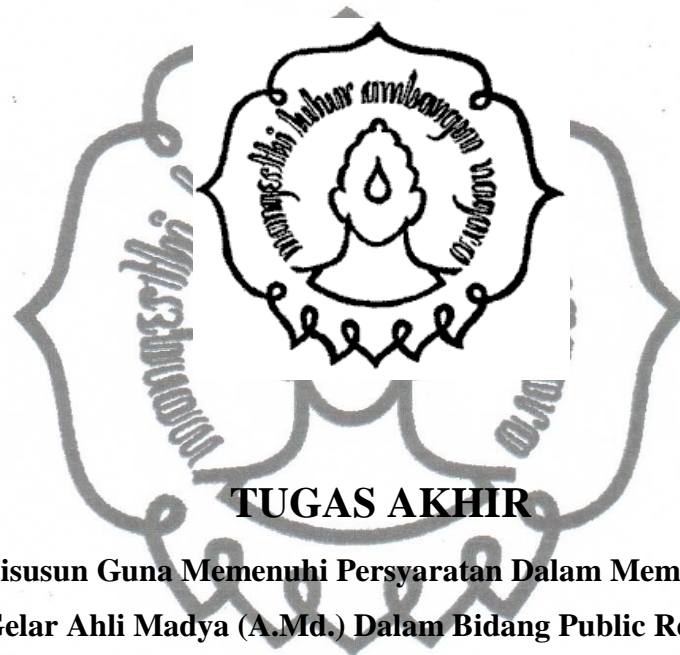


**PENGGORGANISASIAN HUMAS DALAM  
PELAKSANAAN KERJASAMA DAN PROMOSI OLEH  
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA  
SURAKARTA**



**TUGAS AKHIR**

**Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Ahli Madya (A.Md.) Dalam Bidang Public Relations**

**Oleh:**

**MARIA ANINDITA DHANESWARI**

**D 1608045**

**PROGAM KOMUNIKASI TERAPAN  
D III PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
*commit to user*  
2011**

## **PERSETUJUAN**

Tugas Akhir yang berjudul :

# **“PENGORGANISASIAN HUMAS DALAM PELAKSANAAN KERJASAMA DAN PROMOSI OLEH DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA”**

Karya:

Maria Anindita Dhaneswari

D1608045

Public Relations

Disetujui Untuk Dipertahankan di Hadapan Panitia Penguji

Pada Program Studi Diploma III Public Relations

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Surakarta, 20 Mei 2011

Menyetujui,

Dosen Pembimbing,



Tanti Hermawati, S.Sos, M.Si

NIP. 196 90207 199512 2001

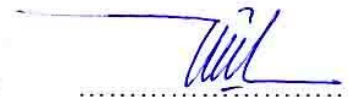
*commit to user*

## PENGESAHAN

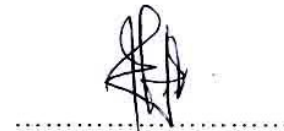
Penulisan Ini Telah Diuji dan Disahkan Oleh Panitia Penguji  
Program D III Komunikasi Terapan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sebelas Maret  
Surakarta

Pada Hari : Jumat  
Tanggal : 24 Juni 2011

1. Penguji 1 : Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D  
NIP. 19600813 198702 2 001



2. Penguji 2 : Tanti Hermawati, S.Sos, M.Si  
NIP. 196 90207 199512 2001



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sebelas Maret  
Surakarta



Prof. Drs. Pawito, Ph.D  
NIP. 19540805 198503 1 002

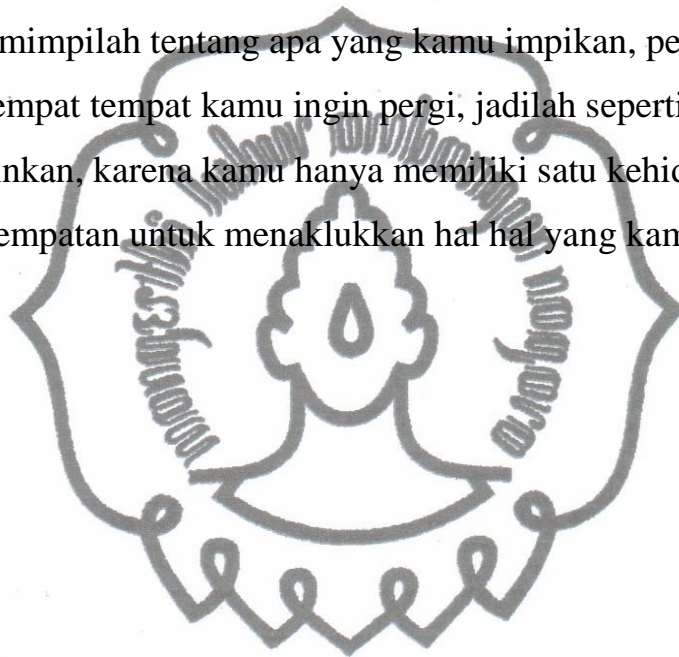
*commit to user*

## MOTTO

- ❖ “ Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya”

(Pengkhotbah 3:11)

- ❖ Bermimpilah tentang apa yang kamu impikan, pergilah ketempat tempat kamu ingin pergi, jadilah seperti yang kamu inginkan, karena kamu hanya memiliki satu kehidupan dan satu kesempatan untuk menaklukkan hal hal yang kamu inginkan.



*commit to user*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas bimbingan dan kekuatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “PENGORGANISASIAN HUMAS DALAM PELAKSANAAN KERJASAMA DAN PROMOSI OLEH DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA SURAKARTA” dengan baik.

Pada kesempatan ini pula, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas segala bantuan dan bimbingan dan dukungan mulai dari persiapan, pelaksanaan, Kuliah kerja media dan pembuatan penulisan laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan lancar, kepada:

1. Yth. Ibu Tanti Hermawati, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan pengarahan dalam menyelesaikan tulisan ini.
2. Yth. Bapak Prof. Drs. Pawito, Ph.D\_ selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Yth. Bapak Drs. A. Eko Setyanto, M. Si selaku ketua progam D III Komunikasi Terapan FISIP UNS
4. Bapak Drs. Ign. Agung Satyawan, SE, S. Ikom, M.Si selaku Pembimbing Akademik
5. Penguji Penulis, Ibu Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D
6. Bapak Drs.Purnomo Subagyo, selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta yang telah menerima dan memberikan izin kepada

*commit to user*

penulis untuk melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Media di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta.

7. Papa, Mama tercinta, yang memberikan doa restu dan telah banyak memberikan dorongan semangat serta menyediakan sarana yang penulis perlukan dalam penulisan Tugas Akhir ini.
8. Kakak dan adik yang penulis sayangi, Mas Aryo dan Dek Saras.
9. Om dan tante yang penulis hormati yang telah memberikan doa restu serta semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Seluruh karyawan dan staff di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta.
11. Sahabat sahabatku tercinta Yudha, Kezia, Dika, Wisnu, Dek Vino, Sari, Intan, dan semua teman teman PR FISIP UNS '08 yang telah menjadi teman teman yang baik dalam hidupku.
12. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saran dan kritrik yang bersifat mambangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

Akhir kata penulis berharap semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Surakarta, 20 Mei 2011

Penulis,

*commit to user*

Maria Anindita Dhaneswari

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Pelaksanaan Praktek Kuliah Kerja Media .....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	6
A. Pengertian Public Relations / Humas .....	6
B. Tugas Humas Dinas Pemerintahan .....	8
C. Pengertian Pariwisata .....	10
D. Arti dan Fungsi Manajemen .....	11
E. Strategi Dan Teknik Manajemen PR .....	16
F. Publisitas Pariwisata .....	18
BAB III. DESKRIPSI LEMBAGA .....	27
A. Sekilas Gambaran Umum Kota Solo .....	27
B. Sejarah Berdirinya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Solo .....	29
C. Dasar Hukum Berdirinya .....	30
D. Tugas Pokok dan Fungsi <i>commit to user</i> .....	30



E. Visi Misi Dan Tujuan .....	31
F. Struktur Organisasi .....	32
G. Sumber Daya SKPD .....	41
H. Kinerja Pelayanan SKPD .....	43
I. Sasaran .....	49
J. Strategi .....	53
K. Kebijakan .....	54
L. Data Kepariwisata Kota Surakarta .....	55
M. Calendar Of Cultural Event Solo 2011 .....	60
<b>BAB IV. PELAKSANAAN MAGANG .....</b>	<b>62</b>
A. Tempat Pelaksanaan KKM .....	62
B. Deskripsi Pekerjaan .....	63
C. Hal Hal Yang Didapat Selama KKM .....	64
D. Kesulitan Yang Dihadapi .....	66
E. Cara Mengatasi Kendala .....	67
F. Kerjasama dan Bentuk Promosi .....	67
G. Hambatan dan Kendalanya .....	74
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan perolehan devisa yang cukup menjanjikan. Pariwisata juga sebagai dunia bisnis yang menggiurkan, menantang sekaligus beresiko tinggi. Tidaklah mudah untuk mengolah potensi wisata bagi suatu daerah. Banyak langkah yang harus ditempuh mulai dari berinvestasi potensi wisata, pembangunan sarana dan prasana, pemberdayaan masyarakat sampai kepada sosialisasinya kepada masyarakat.

Pembangunan kepariwisataan mempunyai peranan penting dalam meningkatkan citra positif daerah, penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan, dan memberikan kontribusi dalam penerimaan pendapatan daerah yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun nusantara, serta berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pariwisata juga berperan dalam upaya meningkatkan jati diri bangsa dan mendorong kesadaran dan kebanggaan terhadap kekayaan alam dan budaya bangsa dengan memperkenalkan kekayaan alam dan budaya.

Agar pembangunan kebudayaan dan pariwisata dapat berjalan dengan baik dan berkesinambungan maka diperlukan suatu perencanaan yang matang

*commit to user*

dan terstruktur, disusun berdasarkan data terkini dan akurat, berdasarkan visi misi daerah, situasi dan kondisi daerah, diselaraskan dengan kebijakan pembangunan nasional di bidang kebudayaan dan kepariwisataan serta memerlukan dukungan dan kerjasama semua pihak, baik pemerintah, swasta, maupun stakeholder kebudayaan dan kepariwisataan.

Pada peringkat global, industri pariwisata kini merupakan industri penting sebagai penyumbang Gross Domestic Product (GDP) suatu negara dan bagi daerah industri pariwisata sebagai penyokong dari Pendapatan Asli Daerah (PAD). Industri pariwisata mampu memberikan kontribusi lebih dari 10 % dari PAD. Hal inilah yang menyebabkan daerah berlomba lomba untuk mempromosikan potensi pariwisata yang dimilikinya. sehingga dapat menarik kunjungan wisatawan mancanegara maupun lokal.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta sebagai instansi Pemerintah yang bergerak dibidang pariwisata berupaya untuk mengembangkan sektor tersebut guna meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat. Dengan visi pembangunan Kota Surakarta adalah Kota budaya yang berorientasi pada nilai masa lalu. Konsep ini mengarah kepada “budaya” tetapi tidak selalu harus menyangkut masa lalu, namun yang menyangkut masa depan.

Citra Kota Surakarta, yang lebih famous dikenal masyarakat adalah Kota Solo adalah sebagai kota budaya, dengan menerapkan berbagai slogan sebagai ajang promosi kota Solo, antara lain; Solo ke depan adalah Solo tempo dulu; Solo Kotaku, Jawa Budayaku; Solo The Spirit Of Java. Kota

*commit to user*

Surakarta berada pada kawasan JOGLOSEMAR (Yogyakarta, Solo dan Semarang) yang merupakan kawasan “Segitiga Emas” yang merupakan pusat pertumbuhan ekonomi. Maka kota Surakarta ini merupakan kota yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata.

Solo tidak hanya memiliki beragam kebudayaan kesenian daerah, tempat tujuan wisata saja, akan tetapi juga memiliki wisata belanja, maupun wisata kuliner baik tradisional ataupun modern. Keragaman kesenian kebudayaan dan tempat wisata di kota Surakarta merupakan salah satu nilai lebih dibandingkan dengan kota lainnya yang ada di Indonesia. Salah satu cara untuk mempromosikan kota Surakarta ini dengan cara mengadakan berbagai event. Dengan diadakan event event akan mampu menguatkan citra positif kebudayaan dan kepariwisataan kota Surakarta.

Untuk mengadakan event event pun juga sangat diperlukan kerjasama yang kuat, antara pihak internal dan pihak eksternal. Dari latar belakang dan data tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui pengorganisasian humas dalam pelaksanaan kerjasama dan promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta sehingga di masa mendatang kegiatan jalinan kerjasama dan promosi dapat memberikan hasil yang maksimal terutama dari sektor Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Surakarta.

Kegiatan Kuliah Kerja Media bagi seorang Humas merupakan hal yang penting, karena dengan Kuliah Kerja Media dapat menjadi sarana untuk meningkatkan serta menambah pengalaman di dalam dunia kerja sesungguhnya. Dan juga dapat digunakan untuk menerapkan semua teori

*commit to user*

yang di aplikasikan ke dalam praktek ilmu yang telah diperoleh di bangku perkuliahan di Fakultas ISIP UNS. Kuliah Kerja Media juga dapat digunakan untuk lebih mengenal dan mengetahui serta mempelajari ruang lingkup kerja seorang Humas.

Penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Media di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta di jalan Slamet Riyadi 275 Surakarta. Pada tanggal 1 Februari sampai dengan tanggal 31 Maret 2011 dan ditempatkan di bagian Sekretariat, Seksi Promosi dan Informasi.

## **B. Tujuan Pelaksanaan Praktek Kuliah Kerja Media**

Praktek Kuliah Kerja Media merupakan persyaratan yang wajib ditempuh oleh mahasiswa semester akhir jurusan Public Relations Program Diploma III Komunikasi Terapan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dari pelaksanaan Kuliah Kerja Media adalah sebagai berikut:

### **1. Tujuan Khusus**

- Untuk mengetahui pengorganisasian kerjasama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta dalam menarik minat para wisatawan untuk datang ke kota Surakarta.
- Untuk mengetahui bentuk promosi yang dilakukan humas dalam meningkatkan kepariwisataan Kota Surakarta yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta.

*commit to user*

## 2. Tujuan Umum

- Sebagai syarat utama untuk melengkapi tugas akhir program Diploma III Komunikasi Terapan FISIP UNS.
- Memberi masukan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta di Kota Surakarta.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Pengertian Public Relations / Humas

Public Relation banyak dipraktekkan di berbagai organisasi dalam rangka menunjang manajemen untuk mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Pelaksanaan Public Relations lebih bertitik bobot pada keterampilan membina hubungan antara manusia di dalam dan di luar organisasi seraya mencegah timbulnya masalah. Public Relation bersifat preventif, yaitu mencegah timbulnya masalah. Public Relations untuk mudahnya dapat disingkat menjadi purel atau PR mempunyai dua pengertian, yakni

Pertama : purel sebagai “method of communication”

Kedua : purel sebagai “state of being”.

Purel dalam pengertian method of communication merupakan rangkaian atau system kegiatan (order or system of action), yakni berkegiatan berkomunikasi secara khas. Purel dalam pengertian state of being adalah perwujudan kegiatan berkomunikasi tersebut sehingga melembaga. (Onong Uchjana Effendy, 1993: 94)

Menurut J.C. Seidel, seorang direktur PR, Division of Housing, State New York berbunyi: Public Relation adalah proses yang kontinyu dari usaha usaha manajemen untuk memperoleh goodwill (kemauan baik) dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan public yang lebih luas. Ke dalam mengadakan *commit to user*



analisis dan perbaikan diri sendiri, sedangkan keluar memberikan pernyataan pernyataan.

Menurut W.Emerson Reck, Direktur PR Universitas Coltage berbunyi: Public Relation adalah lanjutan dari proses pembuatan kebijaksanaan, pelayanan, dan tindakan bagi kepentingan terbaik dari suatu individu atau kelompok agar individu atau lembaga tersebut memperoleh kepercayaan dan goodwill (kemauan baik) dari publik. Kedua, pembuatan kebijaksanaan, pelayanan, dan tindakan untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang menyeluruh.

Menurut Howard Bonham, Wakil Ketua Palang Merah Nasional Amerika Serikat, menyatakan, Public Relation adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian public yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan public terhadap suatu individu atau organisasi/perusahaan (Abdurachman, 2001:24).

Public Relations berfungsi menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu lembaga/perusahaan dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua itu bertujuan untuk menumbuhkan goodwill (kemauan baik) publiknya serta memperoleh opini public yang menguntungkan (alat untuk mencipta kerjasama berdasarkan hubungan baik dengan publik).

Public Relations merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut

*commit to user*



terlibat dalam menangani masalah masalah atau isu isu manajemen. PR membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap terhadap opini public. PR secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan,(Seitel, 1992:8).

(Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2007: 12)

Public Relations sering disebut juga dengan Humas (Hubungan Masyarakat). Sedangkan Humas dalam Webster's New International Dictionary, diartikan sebagai; "Suatu kegiatan daripada organisasi untuk menciptakan dan memelihara hubungan hubungan yang sehat dan produktif dengan public tertentu, sehingga terdapatlah persesuaian dengan lingkungan sekelilingnya yang berkepentingan."

Sondang P Siagian, dalam "Filsafat Administrasi", member pengertian Humas sebagai: "Keseluruhan kegiatan yang dijalankan suatu organisasi terhadap pihak pihak lain dalam rangka pembinaan pengertian dan memperoleh dukungan pihak lain itu demi tercapainya tujuan organisasi dengan sebaik baiknya.

(Siswanto, Bambang, 1985: 7)

## **B. Tugas Humas Dinas Pemerintah**

Menurut Dimock & Koenig, pada umumnya Humas dinas pemerintahan senantiasa mengandung dua maksud, yaitu:

*commit to user*

1. Memberi penerangan ( informasi ) kepada masyarakat tentang tujuan tujuan pemerintah, dan servise apa saja yang dapat diberikan olehnya.
2. Menanam kepercayaan didalam hati sanubari rakyat akan kecakapan, kejujuran dan pengabdian aparatur dinas pemerintahan yang bersangkutan.

Berdasarkan pedoman “two way traffic of communication” maka program dan pengabdian aparatur dinas pemerintahan yang bersangkutan sebagai berikut:

1. Memberikan informasi (penerangan) kepada masyarakat umum (general public) dan masyarakat tertentu (special publics) tentang aktivitas aktivitas pemerintahan, dan agar masyarakat bersedia ikut serta secara aktif dan menggunakan jasa jasa yang disediakan oleh pemerintah tersebut.
2. Meyakinkan masyarakat tentang tujuan peraturan pemerintahan, kegunaannya bagi masyarakat dan sebagainya.
3. Memberikan informasi tentang keinginan keinginan, aspirasi aspirasi, masyarakat kepada yang berwenang, agar pemerintah dapat mengambil keputusan keputusan yang tepat dan berguna.
4. Menyampaikan pendapat umum agar peraturan yang dibuat senantiasa berdasarkan kenyataan kenyataan dan dapat diterima oleh masyarakat.
5. Mengajak masyarakat, agar mau menyampaikan pendapat, perasaan perasaan yang terkandung dalam hatinya tanpa rasa takut kepada Pemerintah.

Dengan demikian jelaslah bahwa fungsi badan Public Relations di pemerintah secara konvensional jauh berbeda dan sekedar yang dilakukan Badan reklame, yang biasanya hanya mengutamakan sales promotion, tanpa menghubungkan usaha dan kegiatannya dalam konteks yang lebih luas yaitu sebagai pelaksana Public Service. Walaupun tujuan dasar keduanya sama, yaitu untuk menciptakan “a sound and productive relation” dengan public tertentu ataupun public pada umumnya.

Pada Public Relations dinas pemerintahan, tentunya melekat dalam dirinya, tanggung jawab social dan tanggung jawab terhadap terlaksananya cita cita Negara dan program Pemerintah.

Public Relations dalam arti kata yang luas meliputi program berencana yang bersifat socio-educative, socio informative, disamping usaha untuk memperoleh support dan confidence serta cooperation dari masyarakat.

Dan sebagaimana diketahui, Public Reporting: adalah satu satunya cara yang penting diantaranya. Didalamnya meliputi usaha dan kegiatan memberikan informasi kepada masyarakat tentang program pemerintah dan pelaksanaannya.

### **C. Pengertian Pariwisata**

Menjelaskan sedikit mengenai pariwisata, berdasarkan Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan memberikan batasan yang jelas mengenai pengertian wisata, wisatawan, dan kepariwisataan, sebagai berikut:

*commit to user*

- Wisata : Kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- Wisatawan : Orang yang melakukan kegiatan wisata
- Pariwisata : Berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
- Kepariwisataan : Keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

(<http://www.bappeda.co.id>)

#### **D. Arti dan Fungsi Manajemen**

Istilah manajemen berasal dari kata kerja “manage”, dan menurut Kamus The Random House Dictionary of English Language, College Edition, perkataan manage berasal dari kata Italia “manegg(iare)” yang bersumber pada perkataan Latin “manus” yang berarti “tangan”. Secara harafiah

*commit to user*

*manegg(iare)* berarti “menangani atau melatih kuda”, secara maknawiah berarti “memimpin, membimbing, mengatur”.

Henry Fayol, seorang ahli manajemen terkemuka yang pendapatnya banyak dikutip dan dikembangkan oleh para ahli lainnya, menyebutkan sejumlah aspek yang tercakup oleh manajemen, di antaranya adalah pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab, disiplin, kesatuan perintah, kesatuan pengarahannya, pengutamakan kepentingan umum, penggajian pegawai, jenjang kepangkatan, ketertiban, jiwa korps, dan lain lain.

Terry mendefinisikan manajemen sebagai berikut: “manajemen merupakan sebuah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, penggiatan, dan pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lain.”

#### Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan jembatan yang menghubungkan rencana dan pelaksanaan, yakni pergerakan atau penggiatan orang-orang yang akan dilibatkan dalam pencapaian tujuan.

Pengorganisasian adalah membagi-bagikan tugas kepada komponen-komponen aktivitas di antara para anggota kelompok. Di sini “the right man in the right place” memegang peranan yang sangat penting, sebab efektivitas dan efisiensi banyak ditentukan oleh ketepatan orangnya. Efektif berarti berhasil mencapai tujuan seraya memuaskan hati semua pihak yang dilibatkan dalam

pencapaian tujuan tersebut. Efisien berarti ketepatan dalam mencapai tujuan dengan biaya yang telah ditetapkan.

Dalam pengorganisasian tersebut pengelompokan pengelompokan dan pendistribusian tugas dilakukan sedemikian rupa, sehingga dalam pelaksanaan pekerjaan nanti tidak terjadi tumpang tindih dalam penggarapan tugas. Dengan demikian dapat diciptakan koordinasi yang integrative, suatu kerjasama yang terpadu berdasarkan mekanisme kerja yang mapan.

(Effendy, Onong U. 1993:4)

### **Bauran Promosi (Promotion Mix)**

Beberapa alat promosi, atau lebih dikenal dengan Bauran Promosi terdiri atas 4 variable, yaitu:

#### **a. Periklanan (Advertising)**

Periklanan adalah komunikasi nonindividu dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga nirlaba serta individu. Periklanan diartikan sebagai bentuk prestasi nonpersonal yang dibayar oleh sponsor untuk mempresentasikan gagasan atau ide promosi dari barang atau jasa tertentu. Pada iklan biasanya ditampilkan organisasi yang mensponsorinya. Dalam praktiknya, iklan telah dianggap sebagai manajemen citra yang bertujuan menciptakan dan memelihara cipta dan makna dalam benak konsumen dan tujuan akhir dalam iklan adalah bagaimana mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

*commit to user*



### **b. Penjualan Perseorangan (Personnal Selling)**

Penjualan perseorangan adalah interaksi antarindividu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Penjualan perseorangan ini merupakan alat promosi yang berbeda dari periklanan karena penjualan perseorangan menggunakan orang atau individu dalam pelaksanaannya. Dengan demikian, komunikasi yang dilakukan orang secara individu dapat lebih fleksibel dibandingkan alat promosi lainnya. Hal ini adalah karena terjadi interaksi personal langsung antara seorang pembeli potensial dan seorang salesman, dimana salesman dapat mengetahui keinginan, motif, dan perilaku konsumen sekaligus dapat melihat reaksi konsumen mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

### **c. Publisitas (Publicity)**

Publisitas merupakan suatu usaha untuk merangsang permintaan terhadap suatu produk secara nonpersonal dengan membuat berita bersifat komersial tentang produk tersebut dalam media tercetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut.

Kotler dan Armstrong (2003) menjelaskan bahwa publisitas adalah aktivitas untuk mempromosikan perusahaan atau produknya dengan memuat berita mengenai subyek itu tanpa dibayar oleh sponsor.

*commit to user*



Pada publisitas, informasi yang tercantum bukan berupa iklan, melainkan berupa berita. Biasanya, individu atau lembaga yang dipublikasikan tidak mengeluarkan biaya dan tidak dapat mengawasi pengungkapan beritanya. Publisitas mengandung unsure unsure berita yang menarik sehingga dapat menarik media massa untuk ikut serta menyiarkan meskipun tidak menerima bayaran.

Alat komunikasi umum yang digunakan pada saat melakukan publisitas adalah pers, pidato, atau seminar. Ciri atau penampilan publisitas ditambah dengan tiga kualitas khusus, yaitu:

- Nilai kepercayaan yang tinggi. Artikel dan berita di media biasanya lebih otentik dan lebih dipercaya oleh para pembaca daripada iklan.
- Dorongan keluar. Publisitas dapat menjangkau banyak pihak menghindari wiraniaga atau iklan. Pesan yang sampai ke pembeli berupa berita, bukan suatu komunikasi penjual langsung.
- Dramatisasi. Iklan dan publisitas mempunyai potensi untuk mendramatisasi suatu perusahaan atau produk.

#### **d. Promosi Penjualan ( Sales Promotion )**

Promosi penjualan adalah salah satu kegiatan promosi untuk melakukan rangsangan kepada konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2003), promosi penjualan adalah intensif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari produk atau jasa. Jadi promosi penjualan merupakan kegiatan promosi yang dapat mendorong pembelian konsumen, dan yang dapat meningkatkan *commit to user*

efektivitas para distributor atau retailer dengan mengadakan pameran, display,eksibisi, peragaan, dan berbagai kegiatan penjualan lainnya, yang dilakukan sewaktu waktu dan bersifat tidak rutin. Dalam promosi penjualan ini perusahaan menggunakan alat alat tertentu, seperti hadiah, paket harga, peragaan, pameran, demonstrasi, dan contoh barang.

Ciri cirri promosi penjualan adalah komunikasi, insentif, dan undangan. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar promosi penjualan diorientasiakan pada perubahan perilaku pembelian konsumen dengan segera.

(Freddy Rangkuti, 2009: 23)

## **E. Strategi dan Teknik Manajemen Public Relations**

### **1. Teori Manajemen Public Relation**

Kebanyakan perusahaan/organisasi kini mengakui peranan Public Relation cukup menonjol dalam pengambilan keputusan manajemen. Acapkali manajer PR melapor atau berhubungan langsung kepada *top manajemen*. Dengan alasan yang sederhana bahwa PR adalah interpreter (penerjemah) manajemen, sehingga PR harus mengetahui apa yang manajemen pikirkan setiap saat terhadap setiap isu public yang sebenarnya.

Fraser P.Seitel dalam bukunya *The Practice Public Relations* mengatakan yang bahwa dalam beberapa tahun terakhir ini PR telah mengembangkan kerangka teorinya sebagai suatu system manajemen. Ia

menyebutkan bahwa Profesor James Grunig dan Todd Hunt telah mengembangkan lebih jauh kerangka teori PR ini.

Grunig dan Hunt menyarankan para manajer PR bertindak berdasarkan apa yang disebut sebagai teoritis organisasional suatu *boundary role* (memainkan peran di perbatasan); mereka berfungsididi tepi suatu perusahaan/organisasi dengan public internal dan eksternalnya. Dengan kata lain para manajer PR harus meletakkan satu perusahaan (publik)nya. Sering posisi ini di anggap unik di satu sisi tidak sendirian, tetapi sisi lainnya juga mengandung bahaya/resiko.

Sebagai *boundary managers* orang orang PR mendukung kolega mereka dengan sokongan komunikasi mereka yang lintas organisasi yaitu ke dalam dan ke luar organisasi/perusahaan. Dengan cara ini professional PR juga menjadi manajer system, memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk melakukan transaksi dengan menjalin berbagai hubungan yang bersifat kompleks dan penting dalam organisasi perusahaan yakni:

- a. PR harus memikirkan hubungan organisasi/perusahaan terhadap lingkungannya sendiri. Berkaitan dengan itu unit manajer bisnis dan bagian operasional mendukung staf. Sebagai contoh terjadinya konflik antarbagian perusahaan itu.
- b. PR harus bekerja sesuai dengan aturan organisasi/perusahaan untuk pengembangan pemecahan yang inovatif terhadap berbagai permasalahan organisasi. Dalam definisi, para manajer PR berhubungan dengan lingkungan yang berbeda dibandingkan dengan *commit to user*

rekan sejawat didalam organisasi/lembaga mereka. Para manajer PR harus inovatif,tidak hanya menempatkan solusi komunikasi, tetapi juga dalam membuat pengertian dan penerimaan bagi koleganya.

- c. PR harus berfikir strategis. Para manajer juga harus memiliki kemampuan mengukur hasil yang sudah diperoleh. PR harus menyatakan dengan jelas apa yang mereka kerjakan, memuat pekerjaan secara sistematis, dan mengukur suatu keberhasilan. Hal ini penggunaan beberapa cara yang diterima dari teknik teknik sekolah bisnis seperti *management by objectives* (MBO), *management by objectives and result* (MOR), and *program evaluation and research technique* (PERT). (Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat, 2007: 87)

## F. Publisitas Pariwisata

Dunia kepariwisataan telah mulai dirintis sejak permulaan tahun 1957. Tidak begitu mudah untuk membayangkan suatu cara (metode) konkret tentang publisitas pariwisata, ..karena bidang ini merupakan cabang baru dalam dunia ekonomi modern dewasa ini. Faktor faktor yang termasuk potensi dan objek pariwisata harus diperkenalkan melalui publisitas, sedangkan faktor irasional harus dipengaruhi dengan jalan mempergunakan publisitas. Kedua macam faktor ini harus mendapat perhatian sepenuhnya dari mereka yang berkewajiban untuk menyusun metode publisitas pariwisata untuk dapat memetik hasil buah yang maksimal. Selanjutnya, untuk dapat menarik suatu kesimpulan mengenai metode publisitas pariwisata ini orang harus

memperhatikan pula, faktor sarannya, yaitu sasaran dalam negeri dan pasaran internasional yang dewasa ini berada di Eropa, Amerika, Australia, dan Jepang.

### **Media Publisitas**

Bila dikatakan secara gampang, tujuan publisitas pariwisata adalah menumbuhkan dan mengembangkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan bagi suatu daerah tujuan wisata yang dijadikan objek kunjungan. Sesungguhnya tujuan utama publisitas pariwisata adalah membangkitkan perhatian. Ini kemudian di ikuti dengan informasi. Informasi ini harus dikawinkan dengan sugesti, dan sugesti + informasi = unsure utama dalam publikasi yang memanifestasikan dirinya pada konsep. Konsep konsep inilah harus dituangkan ke dalam media, yang akhirnya dapat member efek. Dalam dunia publisitas pariwisata, alat yang efektif adalah yang dapat memberikan efek visual dan auditif yang dijemakan dalam bentuk ilustrasi, kalimat kalimat tercetak dan kata kata yang terucapkan.

Ilustrasi dapat berupa grafik, lukisan, foto berwarna atau hitam putih dan sebagainya, tergantung pada harmonisnya ilustrasi.

Kalimat tercetak sebagai alat dalam promosi publikasi pariwisata mengutamakan keaslian dalam pengucapan ekspresi suatu cita rasa. Kalimat ini tidak saja menonjol dalam pengucapannya, tetapi juga harus menonjol dalam bentuk, warna, dan gaya bahasa dan huruf hurufnya.

Dengan kata kata yang terucap harus diperhitungkan bahwa dengan kata kata yang diucapkan orang harus dapat menimang nimang, cita cita dan perasaan si pendengarnya. Ia harus mencapai bukan saja intelegensinya, tetapi juga hati nurarinya. Ini harus dilakukan dalam mengadakan percakapan, ceramah, dialog, kuliah, uraian radio, wawancara televisive, pertemuan dalam resepsi dan sebagainya. Ketiga macam alat, yaitu ilustrasi, kalimat kalimat tercetak dan kata kata terucapkan tersebut di atas dapat dituangkan dalam media publisitas pariwisata yang terdiri dari:

a. Materi Tercetak

Terdiri dari surat edaran yaitu sepucuk surat yang dikirimkan kepada wisatawan prospektif. Bentuk media ini dimaksudkan untuk mewujudkan hubungan langsung dengan orang yang dikehendaki dengan jalan pengiriman selektif. Lembaran selebaran atau Leaflet, dipergunakan untuk memberikan informasi tambahan yang sifatnya segera dan masih hangat kepada banyak orang diberbagai tempat. Brosur, isinya lebih banyak daripada folder dan mengandung lebih banyak informasi tentang fasilitas dan pelayanan, berisi petunjuk petunjuk dan sugesti. Folder, paling banyak dipergunakan dalam media publisitas pariwisata, karena dapat dipergunakan dengan berbagai variasi yang diciptakan. Poster, setelah folder maka posterlah yang merupakan alat publisitas yang penting dalam dunia pariwisata. Media, penerbitan secara periodik seperti majalah juga menjadi media yang penting dalam publisitas pariwisata. Seperti Guide Book, peta pariwisata, kalender, kartu pos bergambar dan lain sebagainya.

*commit to user*



b. Iklan atau Advertensi

Menurut pengalaman, iklan atau advertensi merupakan media yang terbaik dalam dunia kepariwisataan. Menurut bentuknya, iklan dapat dibagi menjadi iklan tunggal, iklan bersama, dan iklan berulang atau iklan berturut turut. Sedangkan menurut pengaturannya, iklan dapat dibagi menjadi iklan yang dipasang dengan kata kata dan iklan yang dipasang dengan kata kata dan gambar atau ilustrasi belaka. Menurut ukurannya iklan menjadi iklan kecil dan iklan besar. Untuk pemasangan iklan yang paling sukses sebuah perusahaan atau suatu Negara biasanya tidak tanggung tanggung lagi memasang dalam ukuran besar.dan berulang. Memang sebenarnya iklan merupakan suatu alat komunikasi komersial ampuh yang dibayar mahal antara penjual dan pembeli untuk maksud menambah jumlahnya orang yang meminta. Dalam hal ini menambah jumlah wisatawan yang datang.

c. Proyeksi

Proyeksi yang dimaksud adalah film, slide, dan televise. Disamping film dan televise, slide juga banyak dipergunakan sebagai media publikasi pariwisata yang biasanya dibarengi dengan ceramah kepariwisataan. Ini biasanya dipertunjukkan kepada sejumlah orang tertentu dalam masyarakat, misalnya khusus agen perjalanan, pelajar, atau mahasiswa, pengusaha, dan lain lain.



d. Bentuk Struktural

Adalah jenis media yang berbentuk bangunan atau konstruksi, seperti misalnya kantor perwalian atau cabang di luar negeri, pavilion dalam pekan raya internasional, dan lain lain. Media publisitas dalam bentuk structural ini bukan saja menguntungkan industry perhotelan, pengangkutan, dan biro perjalanan melainkan juga membawa keuntungan positif kepada bidang-bidang lainnya seperti politik, kebudayaan, ekonomi dan social. Oleh sebab itu ada baiknya media publisitas dalam bentuk structural dipergunakan sebagai media bersama oleh badan usaha dan instansi yang bergerak dalam lapangan tersebut dengan kerjasama yang terorganisasi.

e. Uraian

Media ini baru terasa menjadi kebutuhan yang berhasil pada waktu diadakannya kontak langsung dengan pembeli prospektif. Dalam hubungan industri pariwisata pembeli prospektif ini adalah biro perjalanan atau agen perjalanan, yang lebih jauh bertindak sebagai penjual perantara bagi wisatawan prospektif. Di Amerika Serikat cara ini disebut personal selling. Sesungguhnya pada mulanya ada anggapan bahwa media publisitas yang paling ampuh untuk industry pariwisata hanya membutuhkan gambar yang indah. Tetapi anggapan ini tidak lagi dapat dipertahankan sebab radio dan televise telah mulai dipergunakan secara luas sebagai media publisitas pariwisata.

*commit to user*

## Strategi Publisitas

Yang dimaksud dengan stratei publisitas adalah seluruh kesatuan metode dengan mempergunakan semua macam media sebagai alat yang dibantu oleh faktor psikologis, statistic sosiodemografi dan penelitian untuk menyebarkan gagasan gagasan, menjual hasil produk dan menjadikan suatu organisasi dikenal. Hal ini berarti menggunakan berbagai ilmu pengetahuan dibawah pimpinan seorang yang berpengalaman dalam bidang politik dan komersial dengan maksud dan tujuan untuk mengatasi dan mengubah pandangan, anggapan dan kebiasaan umum. Orang ini dimaksud adalah direktur, pemimpin, coordinator yang menempatkan dirinya sebagai pimpinan sebuah kelompok teknisi, ahli ahli tertentu, secara spesialisasi dalam teknik publikasi. Dalam pelaksanaannya strategi publisitas ini banyak tergantung pada organisasi dan staf segala persiapan publisitas itu sendiri.

Organisasi dan staf publisitas ini tergantung atas besar kecilnya usaha yang hendak dikerjakan. Untuk mencapai target yang dikehendaki oleh kebijakan publisitas suatu perusahaan atau suatu Negara. Apabila organisasi dan staf publisitas ini besar, berarti target yang hendak dicapai besar, maka organisasi dan staf publisitas besar pula. Sudah barang tentu dalam hal ini dibutuhkan tenaga teknisi yang ahli dalam bidang tertentu. Untuk suatu organisasi publisitas yang besar dibutuhkan bagian yang bertanggung jawab atas bidang pekerjaan masing masing, antara lain :

1. Bagian Penelitian, bekerja secara khusus untuk meneliti problema yang timbul dalam pelaksanaan publisitas.

*commit to user*

2. Bagian Pemasaran, bertugas untuk membuat analisis, mempelajari statistic, mengadakan peninjauan pasar dan percobaan percobaan.
3. Bagian Perencanaan, bertugas untuk membuat perencanaan konsepsi, wujud dan bentuk kampanye publisitas yang hendak dilaksanakan.
4. Bagian Studio, bertugas untuk menciptakan model, desain, maket, contoh dan bagian untuk menjamin persiapan perencanaan publisitas yang akan dijalankan.
5. Bagian Teknik, bertugas untuk menyiapkan bahan bahan produksi, cetak mencetak, membuat klise, plat dan sebagainya. Bagian ini harus bekerjasama dengan bagian perencanaan dan bagian studio.
6. Bagian Dokumentasi, bertugas untuk mengumpulkan artikel dalam surat kabar mengenai kegiatan publisitas negara lain, statistic pasaran dan aktivitas publisitas di bidang lain.
7. Bagian Hukum, bertugas untuk mengumpulkan dan mempelajari undang undang, peraturan, restriksi dan pajak dalam bidang publisitas.

Selain ketujuh bagian tersebut di atas ada pula bagian administrasi dengan sub bagiannya. Bagian administrasi bertugas untuk menyelesaikan segala pekerjaan administrasi dan anggaran belanja, mempunyai sub bagian, antara lain pemesanan, pengiriman, pemeriksaan, voucher dan pembukuan. Bagian administrasi bersama sama dengan bagian tersebut di atas termasuk bidang pekerjaan organisasi publisitas ke dalam.

Ke luar, organisasi publisitas ini diwakili oleh bagian yang langsung berhubungan dengan masyarakat, baik dalam maupun luar negeri. Bagian bagian ini adalah:

#### 1. Promosi Penjualan

Dengan seorang ahli dalam bidang ini bagian Sales Promotion merumuskan rencana promosi yang dinamakan rencana promosi. Rencana promosi ini mengandung tujuan yang telah ditentukan dalam kampanye publisitas sesuai dengan target yang dicapai. Sales Promotion mengerjakan rencana publisitas bagi orang atau badan/usaha yang “menjual” bukan orang atau badan usaha yang “membeli” sesuatu yang hendak dicapai dalam tujuan publisitas. Di dalam bidang pariwisata rencana promosi ini ditujukan kepada biro perjalanan, penuntun wisata, perwakilan angkutan dan sebagainya.

#### 2. Hubungan Masyarakat

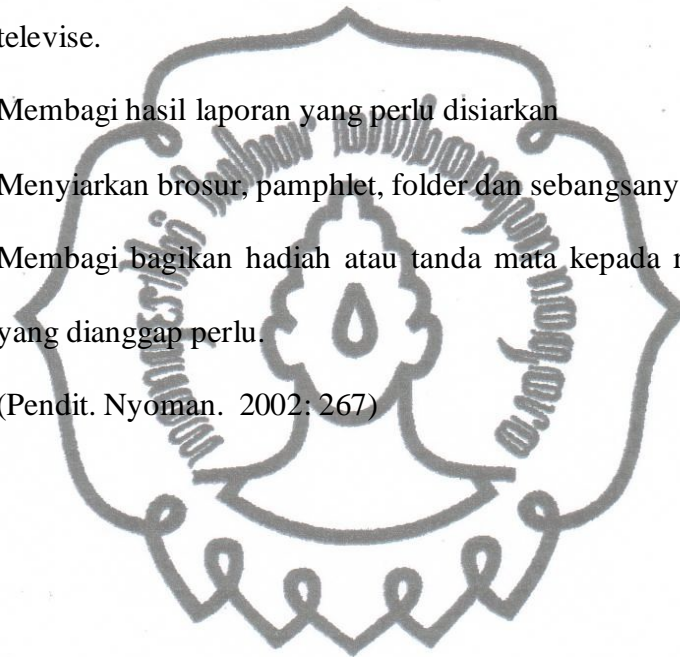
Promosi penjualan akan berhasil dengan baik apabila disertai dengan kegiatan hubungan masyarakat (public relations) yang biasa dalam bahasa Indonesia disingkat menjadi Humas. Hubungan masyarakat ini mempunyai semboyan; “Membuat atau memproduksi barang yang baik belum cukup kalau belum dikenal.” Hubungan Masyarakat mempunyai pengalaman luas dalam masyarakat dan biasa mengatur berbagai acara yang dihubungkan dengan kesempatan memberikan penerangan, penyebaran bahan bahan publikasi, komunike dan sebagainya. Ia

*commit to user*

mempunyai hubungan sangat baik dengan pers. Kegiatan yang sering dilakukannya antara lain:

- a. Menyelenggarakan konferensi pers, resepsi, demonstrasi pesta kecil dan sebagainya.
- b. Membagi bagi komunike/press release, foto kepada pers, radio atau televise.
- c. Membagi hasil laporan yang perlu disiarkan
- d. Menyiarkan brosur, pamphlet, folder dan sebagainya
- e. Membagi bagikan hadiah atau tanda mata kepada relasi dan mereka yang dianggap perlu.

(Pendit. Nyoman. 2002: 267)



## BAB III

### DESKRIPSI INSTANSI

#### A. Sekilas Gambaran Umum Kota Surakarta

Kota Surakarta dimulai di saat Kesultanan Mataram memindahkan kedudukan raja dari Kartasura ke Desa Sala, di tepi Bengawan Solo. Secara resmi, keraton mulai ditempati tanggal 17 Februari 1745. Akibat perpecahan wilayah kerajaan, di Solo berdiri dua keraton: Kasunanan Surakarta dan Praja Mangkunegaran, menjadikan kota Solo sebagai kota dengan dua administrasi. Kekuasaan politik kedua kerajaan ini dilikuidasi setelah berdirinya Republik Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945. Selama 10 bulan, Solo berstatus sebagai daerah setingkat provinsi, yang dikenal sebagai Daerah Istimewa Surakarta.

Selanjutnya, karena berkembang gerakan antimonarki di Surakarta serta kerusuhan, penculikan, dan pembunuhan pejabat-pejabat DIS, maka pada tanggal 16 Juni 1945 pemerintah RI membubarkan DIS dan menghilangkan kekuasaan raja-raja Kasunanan dan Mangkunagaran. Status Susuhunan Surakarta dan Adipati Mangkunegara menjadi rakyat biasa di masyarakat dan Keraton diubah menjadi pusat pengembangan seni dan budaya Jawa. Kemudian Solo ditetapkan menjadi tempat kedudukan dari residen, yang membawahi Karesidenan Surakarta (*Residentie Soerakarta*) dengan luas daerah 5.677 km<sup>2</sup>. Tanggal 16 Juni diperingati sebagai hari jadi Kota Solo era modern.

*commit to user*



Setelah Karesidenan Surakarta dihapuskan pada tanggal 4 Juli 1950, Surakarta menjadi kota di bawah administrasi Provinsi Jawa Tengah. Semenjak berlakunya UU Pemerintahan Daerah yang memberikan banyak hak otonomi bagi pemerintahan daerah, Surakarta menjadi daerah berstatus kota otonom. Surakarta banyak terdapat peninggalan sejarah dan obyek obyek wisata mengandung unsur sejarah dan budaya. Untuk melestarikan peninggalan sejarah dan obyek obyek tersebut, Pemerintah Daerah dalam Rencana Induk Kota (RUK) Masterplan 20 Tahun Kodya Dati II Surakarta menetapkan Perda No. 5 Tahun 1975 dan disahkandengan keputusan Mendagri No. 412/1997, Kota Surakarta diarahkan sebagai Kota Budaya dan Pariwisata.

Kota Surakarta terletak di dataran rendah dengan ketinggian kurang lebih 92 meter di atas permukaan air laut, yang berarti lebih rendah atau hamper sama tingginya dengan permukaan sungai Bengawan Solo. Selain Bengawan Solo dilalui juga beberapa sungai, yaitu Kali Pepe, Kali Anyar, dan Kali Jenes yang semuanya bermuara di Bengawan Solo. Dengan luas sekitar 44 Km<sup>2</sup>, Kota Surakarta terletak diantara : 110 45' 15'' – 110 45'35'' Bujur Timur, 70 36' – 70 56' Lintang Selatan.

Batas Wilayah Kota Surakarta sebagai berikut: Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Boyolali. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Sukoharjo. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo. Dan sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo dan Kabupaten Karanganyar.

*commit to user*



Kota Surakarta mempunyai suhu maksimum 32,4 C dan suhu udara minimum 21,6 C. Sedangkan tekanan udara rata rata adalah 1008,74 mbs dengan kelembaban udara 79%. Kecepatan angin berkisar 4 knot dengan arah angin 188 serta beriklim panas.

## **B. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta berdiri pada tahun 1974 berdasarkan Surat Keputusan Walikota Surakarta Nomor 108/Kep. I/3/1974 dengan nama Lembaga Perkembangan Pariwisata Kota Surakarta (LPPS), yang berstatus semi pemerintah. Pendirian lembaga ini dimaksudkan untuk pengelolaan dan peningkatan kepariwisataan Kota Surakarta, mengingat Kota Surakarta merupakan salah satu kota yang memiliki banyak peninggalan sejarah, nilai budaya, dan obyek wisata. Lembaga ini bertanggung jawab kepada Walikota Surakarta dengan fungsinya yaitu, memberi saran atau membantu Walikota dalam hal hal tersebut dibawah ini:

1. Membina, mengembangkan, dan mengarahkan, potensi kepariwisataan di Kota Surakarta.
2. Mengkoordinasi badan badan swasta dalam hal kepariwisataan.
3. Mengadakan hubungan kerjasama sebaik baiknya dengan pemerintahan dan swasta yang bersifat nasional maupun internasional.

### C. Dasar Hukum Berdirinya

Peraturan Daerah Kota Surakarta nomor 6 tahun 2001 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Surakarta sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Daerah Nomer 4 Tahun 2002 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomer 6 Tahun 2001.

### D. Tugas Pokok Dan Fungsi

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 6 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Surakarta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang pariwisata, seni, sejarah, kebudayaan dan purbakala.

Untuk menyelenggarakan tugas pokok tersebut diatas, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta mempunyai fungsi :

- a. Penyelenggaraan kesekretariatan dinas;
- b. Penyusunan rencana program, pengendalian, evaluasi dan pelaporan;
- c. Penyelenggaraan dan pembinaan usaha akomodasi wisata, rekreasi dan hiburan umum;
- d. Pembinaan dan pengembangan kesenian, bahasa, dan budaya;
- e. Pelestarian nilai-nilai sejarah dan kepurbakalaan;
- f. Pembinaan pelaku wisata;
- g. Pengendalian dan pengembangan aset wista, seni dan kebudayaan;
- h. Pemasaran pariwisata; *commit to user*

- i. Penyelenggaraan sosialisasi;
- j. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai dengan tugas dan fungsinya;
- k. Pembinaan jabatan fungsional;
- l. Pengelolaan Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD).

### **E. Visi Misi Dan Tujuan**

Visi dan misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta dirumuskan dari visi dan misi Walikota terpilih periode 2010-2014. Dengan mengacu pada visi tersebut dirumuskan visi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta sebagai berikut :

***“Mewujudkan Kota Surakarta sebagai pusat pelestarian dan pengembangan budaya Jawa serta daerah tujuan wisata“***

Misi tersebut merepresentasikan suatu kebulatan tekad bersama untuk mengadakan perubahan ke arah yang lebih baik dan lebih maju di masa yang akan datang. Kondisi yang lebih baik dan lebih maju harus tercapai di semua sektor kehidupan masyarakat. Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta dirumuskan sebagai berikut :

1. Pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia dan kerjasama antar pelaku usaha jasa pariwisata.
2. Pelestarian nilai dan kekayaan budaya guna memperkuat kecintaan dan kebanggaan terhadap budaya Jawa .

*commit to user*

3. Pengembangan industri pariwisata yang berbasis budaya dan berdaya saing global.

Berdasarkan Visi dan Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta Tahun 2011 – 2015 di atas, maka dirumuskan tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengembangan dan pembinaan seni dan budaya.
2. Meningkatkan pengembangan dan pembinaan sejarah dan kepurbakalaan.
3. Meningkatkan pembinaan dan pelestarian aset budaya.
4. Meningkatkan pembinaan dan pengembangan usaha jasa pariwisata.
5. Meningkatkan promosi dan pelayanan pariwisata

## **F. Struktur Organisasi**

Adapaun susunan organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta adalah sebagai berikut :

1. Kepala Dinas, membawahkan:
  - a. Sekretariat;
  - b. Bidang Sarana Wisata;
  - c. Bidang Seni Budaya Sejarah dan Purbakala;
  - d. Bidang Pelestarian, Pemasaran dan Kerjasama;
  - e. Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD);
  - f. Kelompok Jabatan Fungsional.
2. Sekretariat, membawahkan:
  - a. Subbagian Perencanaan, Evaluasi dan Pelaporan;

- b. Subbagian Keuangan;
  - c. Subbagian Umum dan Kepegawaian.
3. Bidang Sarana Wisata, membawahkan:
    - a. Seksi Akomodasi Wisata;
    - b. Seksi Usaha Rekreasi dan Hiburan Umum.
  4. Bidang Pelestarian, Promosi dan Kerjasama, membawahkan:
    - a. Seksi Pelestarian;
    - b. Seksi Promosi dan Informasi Pariwisata;
    - c. Seksi Kerjasama Pariwisata.
  5. Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD)

Selanjutnya berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 16 Tahun 2008 tentang Penjabaran Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, tugas pokok dan fungsi struktur Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta adalah sebagai berikut :

**a. Sekretariat**

Sekretariat mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pengkoordinasian penyelenggaraan tugas secara terpadu, pelayanan administrasi, dan pelaksanaan di bidang perencanaan, evaluasi dan pelaporan, keuangan, umum dan kepegawaian.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana diatas, Sekretariat mempunyai fungsi :

1. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pengkoordinasian penyelenggaraan tugas secara terpadu, pelayanan

*commit to user*

administrasi, dan pelaksanaan di bidang perencanaan, evaluasi dan pelaporan;

2. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pengkoordinasian penyelenggaraan tugas secara terpadu, pelayanan administrasi, dan pelaksanaan di bidang keuangan;
3. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pengkoordinasian penyelenggaraan tugas secara terpadu, pelayanan administrasi, dan pelaksanaan di bidang umum dan kepegawaian;
4. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya, Sekretariat dibantu oleh Subbagian Perencanaan, Evaluasi dan Pelaporan, Subbagian Keuangan, dan Subbagian Umum dan Kepegawaian.

Subbagian Perencanaan, Evaluasi dan Pelaporan mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pengkoordinasian penyelenggaraan tugas secara terpadu, pelayanan administrasi, dan pelaksanaan di bidang perencanaan, evaluasi dan pelaporan, meliputi : koordinasi perencanaan, pemantauan, evaluasi dan pelaporan serta pengelolaan sistem informasi di lingkungan Dinas.

Subbagian Keuangan mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pengkoordinasian penyelenggaraan tugas secara terpadu, pelayanan administrasi, dan pelaksanaan di bidang keuangan, meliputi : pengelolaan keuangan,

*commit to user*



verifikasi, pembukuan dan akuntansi di lingkungan Dinas.

Subbagian Umum dan Kepegawaian mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan, pengkoordinasian penyelenggaraan tugas secara terpadu, pelayanan administrasi, dan pelaksanaan di bidang umum dan kepegawaian, meliputi: pengelolaan administrasi kepegawaian, hukum, humas, organisasi dan tatalaksana, ketatausahaan, rumah tangga dan perlengkapan di lingkungan Dinas.

#### **b. Bidang Sarana Wisata**

Bidang Sarana Wisata mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang akomodasi wisata dan rekreasi dan hiburan umum.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana diatas, Bidang Sarana Wisata mempunyai fungsi :

1. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang akomodasi wisata;
2. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang rekreasi dan hiburan umum;
3. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya, Bidang Sarana Wisata dibantu oleh Seksi Akomodasi Wisata dan Seksi Rekreasi dan Hiburan Umum. Masing-masing dipimpin oleh seorang Kepala Seksi,

*commit to user*

yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Bidang Sarana Wisata.

Seksi Akomodasi Wisata mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan bidang Akomodasi Wisata, meliputi : usaha hotel, penginapan, restoran, travel biro, jasa boga, gedung pertemuan, money changer dan sejenisnya.

Seksi Rekreasi dan Hiburan Umum mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang Rekreasi dan Hiburan Umum, meliputi usaha impresariat, hiburan malam, ketangkasan, wisata air/alam, asuransi wisata dan sejenisnya.

**c. Bidang Seni, Budaya, Sejarah dan Purbakala**

Bidang Seni, Budaya, Sejarah dan Purbakala mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan dibidang seni, budaya, sejarah dan purbakala.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana diatas, Bidang Seni, Budaya, Sejarah dan Purbakala mempunyai fungsi :

1. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan dibidang seni dan budaya;
2. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan dibidang sejarah dan purbakala;
3. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

*commit to user*

Dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya, Bidang Seni, Budaya, Sejarah dan Purbakala dibantu oleh Seksi Seni dan Budaya dan Seksi Sejarah dan Purbakala. Masing–masing dipimpin oleh seorang Kepala Seksi, yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Bidang Seni, Budaya, Sejarah dan Purbakala.

Seksi Seni dan Budaya tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan bidang Seni dan Budaya, meliputi: pelaksanaan kebijakan dan penetapan kebijakan mengenai pemberian izin pengiriman dan penerimaan delegasi asing di bidang kesenian, penerbitan rekomendasi pengiriman misi kesenian dalam rangka kerjasama luar negeri, penetapan kriteria dan prosedur penyelenggaraan fesitval, pameran dan lomba, pemberian penghargaan kepada seniman yang telah berjasa kepada bangsa dan negara, penyelenggaraan kegiatan pendidikan dan pelatihan di bidang kesenian, penerapan dan pelaksanaan prosedur perawatan dan pengamanan aset atau benda kesenian, pelaksanaan pembentukan dan/atau pengelolaan pusat kegiatan kesenian.

Seksi Sejarah dan Purbakala mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan bidang Sejarah dan Purbakala, meliputi : pelaksanaan pedoman dan penetapan kebijakan di bidang penulisan sejarah lokal dan sejarah kebudayaan daerah, pemahaman, inventarisasi dan dokumentasi sumber sejarah dan publikasi sejarah, pemberian penghargaan tokoh yang berjasa terhadap pengembangan sejarah.

#### **d. Bidang Pelestarian, Promosi dan Kerjasama**

Bidang Pelestarian, Promosi dan Kerjasama mempunyai mempunyai tugas melaksanakan penyiapan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan dibidang pelestarian dan pengembangan aset, promosi dan informasi dan kerjasama.

Untuk melaksanakan tugas sebagaimana diatas, Bidang Pelestarian, Promosi dan Kerjasama mempunyai fungsi :

1. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan dibidang pelestarian dan pengembangan aset;
2. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan dibidang promosi dan informasi;
3. Penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang kerjasama;
4. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dalam pelaksanaan tugas pokok dan fungsinya, Bidang Pelestarian, Promosi dan Kerjasama dibantu oleh Seksi Pelestarian dan Pengembangan Aset, Seksi Promosi dan Informasi, Seksi Kerjasama. Masing-masing dipimpin oleh seorang Kepala Seksi, yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Bidang Pelestarian, Promosi dan Kerjasama.

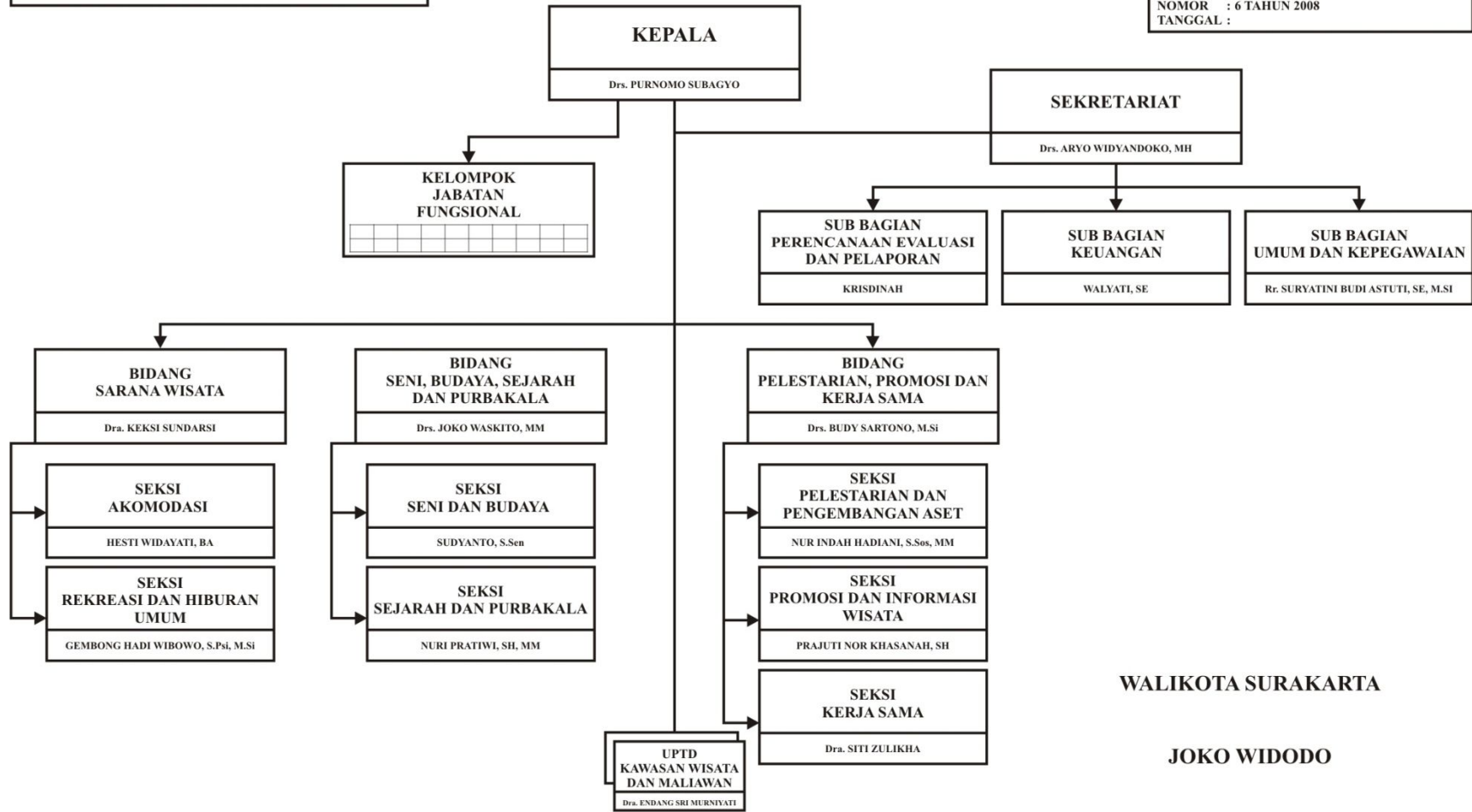
Seksi Pelestarian dan Pengembangan Aset mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang pengembangan produk pariwisata, meliputi: pelaksanaan kebijakan dan penetapan pedoman pengembangan destinasi pariwisata, pelaksanaan kerjasama internasional dan fasilitasi kerjasama pengembangan destinasi pariwisata.

Seksi Promosi dan Informasi mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan bidang usaha pariwisata, meliputi : penyelenggaraan widyawista, penetapan dan pedoman partisipasi dan penyelenggaraan pameran/*event* budaya dan pariwisata, peserta/penyelenggara pameran/*event*, *road show*, penerapan branding pariwisata dan penetapan *tagline* pariwisata dan pengumpulan dan penyusunan *data base* untuk pengadaan sarana pemasaran, pengadaan dan pemeliharaan sarana pemasaran, pembuatan brosur / *leaflet* / *booklet*, majalah, *banner*, *touch-screen* dan sarana pemasaran lainnya serta pemeliharaannya, pengelolaan sistem informasi pemasaran, penyediaan dan pendistribusian informasi produk kebudayaan dan pariwisata kepada pusat pelayanan informasi dan publik.

Seksi Kerjasama mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang pengembangan sumber daya manusia, meliputi : pelaksanaan kebijakan dan penetapan pedoman pengembangan destinasi pariwisata, pelaksanaan kerjasama dan fasilitasi kerjasama pengembangan destinasi pariwisata, dan penyelenggaraan widyawista.

KEPALA ORGANISASI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA

PERATURAN DAERAH  
NOMOR : 6 TAHUN 2008  
TANGGAL :



WALIKOTA SURAKARTA

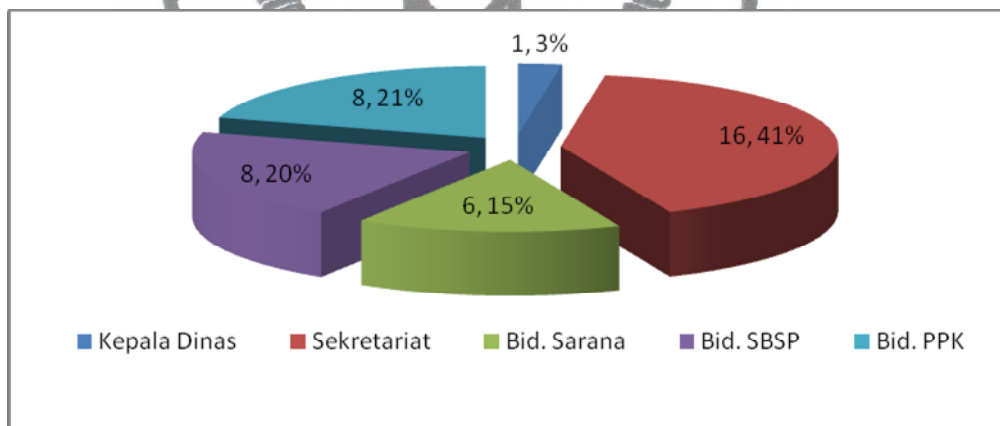
JOKO WIDODO



## G. Sumber Daya SKPD

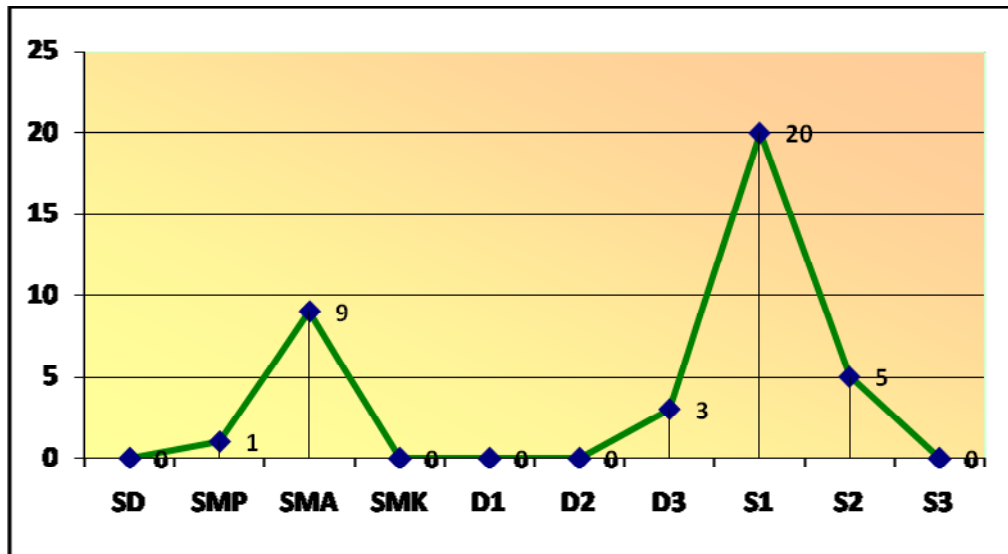
Sumber Daya Aparatur pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta sebagaimana diatur dengan Peraturan Walikota Nomor 16 Tahun 2008 tentang Penjabaran Tugas Pokok, Fungsi Dan Tata Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, terdata sejumlah 40 pegawai yang terdiri dari 21 pegawai laki-laki dan 19 pegawai perempuan yang terbagi pada Sekretariat dan Bidang dengan proporsi sebagai berikut :

### Proporsi Kepegawaian Disbudpar Kota Surakarta Menurut Bidang Tugas



Keseluruhan SDM memiliki potensi dan latar belakang pendidikan yang berbeda-beda. Struktur tingkat pendidikan SDM Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta tercantum pada diagram berikut :

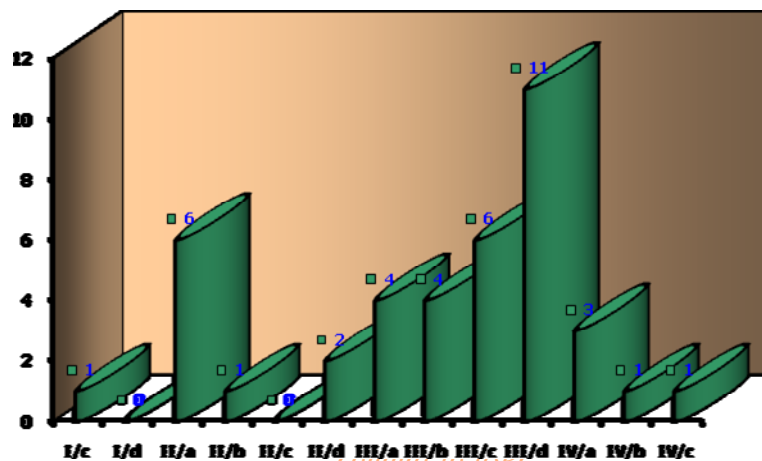
**Proporsi Kepegawaian Disbudpar Kota Surakarta Menurut Pendidikan**



Jenjang jabatan dan kepangkatan serta susunan kepegawaian diatur sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ditinjau dari pangkat/golongan distribusi pegawai berada antara golongan I dan IV, dengan proporsi golongan terbesar berada pada III/d. Secara keseluruhan proporsi golongan pegawai terdeskripsi pada diagram berikut :

**Gambar 2.4**

**Proporsi Kepegawaian Disbudpar Kota Surakarta Menurut Golongan Ruang**



Sedangkan kondisi sarana dan prasarana Dinas Kependudukan dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, yaitu memiliki sebuah gedung kantor yang terletak di Jl. Brigjen Slamet Riyadi no. 275, dan prasarana yang dimiliki diantaranya :

1. Komputer : 10 unit
2. Laptop : 4 unit
3. Printer : 6 unit
4. Scanner : 2 unit
5. Filling Kabinet : 4 buah
6. Mesin Tik : 3 buah
7. Faximile : 1 buah
8. Pesawat Telepon : 8 buah
9. Camera (Canon) : 1 unit
10. Handycam : 1 unit
11. Kendaraan bermotor:
  - Roda empat : 2 unit
  - Roda dua : 4 unit

## H. Kinerja Pelayanan SKPD

### Kebudayaan

Keberadaan 2 istana kerajaan Jawa yang masih lestari di Kota Surakarta menunjukkan Surakarta adalah pusat kebudayaan Jawa. Sehingga

*commit to user*

Surakarta memiliki potensi budaya yang beragam, baik yang *tangible* (bendawi) maupun *intangible* (tak bendawi).

Kekayaan budaya yang *tangible* antara lain berupa kawasan cagar budaya dan benda cagar budaya. Surakarta memiliki 4 kawasan cagar budaya, dan 32 benda cagar budaya yang berupa bangunan. Keberadaan aset-aset budaya peninggalan peradaban tinggi masa lampau tersebut, dengan Kraton sebagai institusi warisan adiluhung, merupakan embrio dan memberi spirit bagi tumbuhnya dinamika masyarakat dalam berkehidupan kebudayaan terutama dalam berseni budaya dan beradat tradisi. Selain itu, Kota Surakarta juga mempunyai 3 museum.

Potensi budaya yang *intangible* seperti kesenian, norma, dan nilai tradisi dikelola bersinergi dengan masyarakat pelaku budaya, lembaga dan institusi budaya. Perkembangan kesenian di Kota Surakarta, baik yang ada di dalam Keraton maupun yang tersebar di masyarakat luas, cukup baik. Pada tahun 2006 terdapat 341 kelompok dan sanggar seni yang terdiri dari 5 kelompok dengan anggota 11.320 orang. Dari jumlah kelompok dan sanggar seni tersebut, kondisinya sangat beragam karena belum semua kelompok dikelola secara profesional.

### Jumlah Kelompok Seni dan Anggota

Macam Kesenian		Banyaknya		
<i>Kind of Art</i>		<i>Number of</i>		
Kelompok	Jenis	Organisasi	Anggota	Seniman
<i>Group</i>	<i>Kind</i>	<i>Organization</i>	<i>Members</i>	<i>Artist</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Tari	Daerah	35	3,324	-
	Pergaulan	3	120	-
	lain-lain	<i>commit to use?</i>	-	-

Musik	Karawitan	67	1,940	-
	Orkes Keroncong	97	2,375	-
	Orkes Melayu	21	712	-
	Band	21	173	-
	Angklung	-	-	-
	Kulintang	1	18	-
	Lain-lain	-	-	-
Vokal	Santi SWR	23	624	-
	Koor	-	-	-
	Lain-lain	2	55	6
Teater	Wayang Orang	3	90	-
	Ketoprak	32	1,016	-
	Drama	-	-	-
	Pedalangan	5	100	-
	Ludruk	-	-	5
	Lain-lain	25	680	-
Seni Rupa	Lukis	6	93	93
	Patung	-	-	12
	Tatah Sungging	-	-	3
	Ukir Kayu	-	-	2
	Lain-lain	-	-	10
<b>Jumlah</b>		<b>341</b>	<b>11,320</b>	<b>131</b>

Sumber: Surakarta dalam Angka 2008

Pengembangan kebudayaan dilakukan dengan peningkatan sarana dan prasarana kebudayaan dan penyelenggaraan aktifitas seni budaya. Peningkatan sarana dan prasarana kebudayaan antara lain berupa pemeliharaan dan peningkatan gedung Wayang Orang Sriwedari. Sehingga diharapkan dapat memberikan kenyamanan yang lebih baik kepada para pengunjung. Sedangkan penyelenggaraan aktifitas seni budaya meliputi penyelenggaraan pentas-pentas seni, festival budaya, dan kegiatan-kegiatan lainnya. Pada tahun 2010, dua seni budaya tradisi (Grebeg Sudiro dan Kirab Apem Sewu) mulai diupayakan untuk diangkat menjadi agenda rutin Kota Surakarta.

*commit to user*

Upaya untuk mempertahankan budaya non fisik juga tidak terlepas dari pendidikan. Penanaman nilai-nilai dan kearifan lokal termasuk pemahaman masyarakat tentang nilai-nilai dan kearifan lokal seperti adat-istiadat, etika, serta filsafat hidup masyarakat Jawa pada para pelajar agar tidak semakin tipis dilakukan dengan penyelenggaraan Kemah Budaya dan Festival Dolanan Bocah.

### **Pariwisata**

Sesuai dengan karakteristik Kota Surakarta sebagai kota jasa, pariwisata sangat signifikan menjadi motor penggerak kegiatan perekonomian Kota Surakarta. Dalam hal ini pariwisata memberi efek pengganda (*multiplier effect*) yang nyata bagi sektor perdagangan disebabkan meningkatnya kunjungan wisatawan. Selain itu, penyerapan tenaga kerja dan sumbangan terhadap perekonomian daerah sangat signifikan.

Komitmen dan konsistensi pembangunan pariwisata Kota Surakarta yang berkelanjutan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat maka penerapannya dititikberatkan pada strategi pengembangan destinasi, pengembangan pemasaran, pengembangan kemitraan, SDM, kelembagaan dan pemberdayaan masyarakat.

Kekayaan budaya merupakan daya tarik utama pariwisata Kota Surakarta. Keanekaragaman pertunjukan seni, upacara tradisi dan keagamaan serta didukung oleh kreatifitas seni dan keramahaman masyarakat, membuat Surakarta mampu menciptakan produk-produk budaya dan

*commit to user*



pariwisata yang menjanjikan. Kekhasan aneka budaya ini apabila dikelola dengan baik, akan mejadi salah satu produk wisata. Sedangkan bentuk wisata yang dikembangkan Kota Surakarta meliputi wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*), wisata budaya, wisata minat khusus dan berbagai fasilitas wisata lainnya, seperti resort, hotel, dan restoran.

#### Jumlah hotel dan kamar menurut klasifikasi di Kota Surakarta

Klasifikasi	2007		2008		2009	
	Hotel	Kamar	Hotel	Kamar	Hotel	Kamar
Bintang 5	-	-	-	-	-	-
Bintang 4	4	478	4	478	4	481
Bintang 3	6	188	6	188	6	192
Bintang 2	2	71	2	71	8	78
Bintang 1	5	163	5	163	5	176
Melati 3	23	656	23	657	23	657
Melati 2	47	914	47	916	48	916
Melati 1	42	559	42	562	42	562
Belum terklasifikasi	8	71	8	70	8	73
Pondok wisata	-	-	-	-	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>128</b>	<b>3.100</b>	<b>137</b>	<b>3.105</b>	<b>138</b>	<b>3.135</b>

Sumber: BPS Kota Surakarta

### Jumlah Akomodasi dan Sarana Wisata

NO.	JENIS USAHA	TAHUN				
		2005	2006	2007	2008	2009
1	Rumah Makan	205	218	218	234	241
2	Biro perjalanan	55	59	59	67	74
3	Jasa impresariat/EO	3	5	5	27	33
4	Billiard	10	11	11	8	8
5	Gedung pertemuan	50	54	57	57	58
6	Permainan ketangkasan	8	12	12	14	17
7	Gedung bioskop	3	2	2	2	2
8	Rumah karaoke	4	6	6	8	10
9	Diskotik	3	2	2	2	2
10	Pub	6	7	7	7	6
11	Café	10	15	15	8	7
12	Salon	68	70	71	71	74

Laju pertumbuhan kunjungan wisatawan di Surakarta memperlihatkan kecenderungan positif. Pada tahun 2008 kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Surakarta berjumlah 1.042.862 orang, sedangkan wisatawan mancanegara mencapai 13.859 orang atau total jumlah wisatawan sebanyak 1.056.721 orang.

*commit to user*

**Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek dan Daerah Tujuan Wisata  
(ODTW) Kota Surakarta**

TAHUN	WISMAN	WISNUS	JUMLAH
2005	9.649	769.744	779.393
2006	10.625	915.610	926.235
2007	11.922	972.547	984.469
2008	13.859	1.042.862	1.056.721
2009	26.047	1.054.330	1.080.377

Secara umum, sektor pariwisata masih menghadapi kendala berupa lemahnya manajemen pariwisata yang mendukung pengembangan ekonomi lokal. Selain itu, masih rendahnya kesadaran masyarakat dalam menguatkan citra Kota Surakarta sebagai destinasi unggulan pariwisata; lemahnya jejaring dan kerjasama antar-pengelola produk, antar-wilayah dan pelaku usaha jasa pariwisata; kurangnya sarana dan prasarana untuk menunjang atraksi, keramah-tamahan; dan belum optimalnya koordinasi kerjasama pelaku budaya dengan pelaku pariwisata dan masyarakat serta pemerintah.

## **I. Sasaran**

Berdasarkan tujuan di atas, sasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta tahun 2010 – 2015 dirumuskan sebagai berikut :

*commit to user*

- a. Untuk mencapai tujuan nomor 1, ditetapkan sasaran sebagai berikut:
1. **Meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap seni dan budaya**, yang ditandai oleh hal berikut:  
*Penyelenggaraan pengembangan seni dan budaya*
  2. **Meningkatnya minat generasi muda dalam mempelajari seni dan budaya**, yang ditandai oleh hal berikut:  
*Penyelenggaraan pembinaan seni dan budaya*
  3. **Meningkatnya penggunaan Bahasa Jawa dalam masyarakat**, yang ditandai oleh hal berikut:  
*Peraturan pendukung pengembangan Bahasa Jawa*
- b. Untuk mencapai tujuan nomor 2, ditetapkan sasaran sebagai berikut:
1. **Meningkatnya pengetahuan pelajar dan generasi terhadap warisan sejarah dan kebudayaan**, yang ditandai oleh hal berikut:  
*Penyelenggaraan pembinaan pelajar*
- c. Untuk mencapai tujuan nomor 3, ditetapkan sasaran sebagai berikut:
1. **Meningkatnya karakter Kota Budaya**, yang ditandai oleh hal berikut:
    - Pemasangan aksesoris budaya Jawa di ruang publik
    - Penyelenggaraan pentas-pentas kesenian
  2. **Meningkatnya sarana dan prasarana bagi pengembangan seni budaya guna meningkatkan pariwisata**, yang ditandai oleh hal berikut:  
Pelaksanaan pengembangan sarana dan prasarana

3. **Meningkatnya kreativitas masyarakat dalam pelestarian dan pengembangan seni budaya**, yang ditandai oleh hal berikut:

*Penyelenggaraan atraksi budaya oleh masyarakat*

4. **Terwujudnya inventaris peninggalan sejarah dan budaya**, yang ditandai oleh hal berikut:

*Penyelenggaraan inventarisasi peninggalan sejarah dan budaya*

- d. Untuk mencapai tujuan nomor 4, ditetapkan sasaran sebagai berikut:

1. **Meningkatnya kepatuhan pelaku usaha jasa pariwisata terhadap peraturan perundang-undangan**, yang ditandai oleh hal berikut:

*Jumlah lokasi monitoring dan pembinaan*

2. **Meningkatnya kerjasama antar stakeholder**, yang ditandai oleh hal berikut:

- *Penyelenggaraan kegiatan kerjasama peningkatan SDM*
- *Penyelenggaraan peningkatan kerjasama dalam pengembangan pariwisata*

3. **Meningkatnya kejelasan peraturan perundang-undangan sebagai panduan pengembangan pariwisata**, yang ditandai dengan:

*Penyusunan peraturan perundang-undangan untuk pengembangan pariwisata*

- e. Untuk mencapai tujuan nomor 5, ditetapkan sasaran sebagai berikut:

1. **Meningkatnya pengembangan sistem informasi dalam pemasaran pariwisata**, yang ditandai dengan:

*commit to user*

*Penyelenggaraan kegiatan pengembangan sistem informasi*

2. **Terwujudnya jaringan pengembangan pariwisata**, yang ditandai dengan:

*Penyelenggaraan pengembangan jaringan pariwisata*

3. **Meningkatnya promosi pariwisata di dalam dan di luar negeri**, yang ditandai dengan:

*Jumlah promosi pariwisata*

4. **Meningkatnya kapasitas SDM di bidang pariwisata**, yang ditandai dengan:

*Pelatihan pelaku pariwisata*

5. **Meningkatnya pelayanan pariwisata**, yang ditandai dengan:

*Jumlah kegiatan peningkatan pelayanan*

6. **Meningkatnya sarana dan prasarana pariwisata**, yang ditandai dengan:

*Jumlah kegiatan pemeliharaan dan peningkatan sarana dan prasarana pariwisata*

7. **Meningkatnya objek dan daya tarik wisata**, yang ditandai dengan:

- *Jumlah kegiatan pengembangan objek wisata unggulan*
- *Jumlah kegiatan penyelenggaraan even bertaraf nasional dan internasional*

*commit to user*



## J. Strategi

Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta untuk mencapai sasaran adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan pembangunan karakter dan pekerti masyarakat yang dilandasi oleh nilai-nilai kearifan lokal.
2. Pelestarian, pengembangan dan aktualisasi nilai dan tradisi dalam rangka memperkaya dan memperkuat khasanah budaya bangsa.
3. Peningkatan peran serta masyarakat dalam pengembangan dan pelestarian budaya lokal, kawasan budaya dan benda cagar budaya.
4. Peningkatan pendukung sarana dan prasarana untuk pengembangan seni dan budaya masyarakat.
5. Peningkatan pemahaman tentang kesejarahan.
6. Peningkatan profesionalisme dan daya saing SDM bidang Pariwisata.
7. Pemantapan koordinasi dan kemitraan antara pemerintah, swasta, dan masyarakat atau pemangku kepentingan dalam pembangunan kepariwisataan.
8. Penguatan industri pariwisata dan keterkaitan antara industri pariwisata dan industri kreatif.
9. Pengembangan daya tarik wisata dan inovasi produk.
10. Pemanfaatan media cetak, elektronik dan media kesenian tradisional.
11. Meningkatkan pemanfaatan informasi pasar pariwisata oleh pelaku pariwisata melalui pelaksanaan *familiarization trip*.

*commit to user*

12. Meningkatkan kuantitas pengguna bahan promosi kepariwisataan melalui penyediaan, penyajian dan diseminasi bahan promosi cetak, elektronik, dan publikasi kepariwisataan.
13. Meningkatkan jumlah wisatawan melalui penyelenggaraan penyelenggaraan *event* pariwisata, serta dukungan bagi penyelenggaraan *event* seni dan budaya.
14. Meningkatkan pelaksanaan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition/MICE*) baik nasional dan internasional melalui penyelenggaraan dan dukungan *event* MICE.
15. Meningkatnya dukungan bagi partisipasi seluruh *stakeholders* dalam promosi pariwisata Indonesia melalui dukungan perencanaan dan regulasi.

## K. Kebijakan

Sedangkan kebijakan dari strategi pencapaian sasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta adalah sebagai berikut:

1. Memperkuat dan memperluas jejaring dan kerjasama dengan semua pihak dalam mengelola dan melestarikan aset budaya secara berkesinambungan.
2. Memberdayakan dan meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan dan pelestarian nilai-nilai budaya guna menghadapi globalisasi.
3. Meningkatkan dan memfasilitasi keterlibatan masyarakat dalam mengelola dan melestarikan aset budaya.

*commit to user*

4. Meningkatkan dan menjunjung tinggi keluhuran budi dan nilai-nilai luhur dalam gaya hidup dan penciptaan iklim budaya yang bernilai luhur di masyarakat.
5. Menyediakan aturan hukum yang mendukung terciptanya iklim usaha kepariwisataan yang sehat.
6. Meningkatkan fasilitasi terhadap pengembangan usaha pariwisata.
7. Meningkatkan fasilitasi pengembangan pariwisata berbasis komunitas.
8. Mengembangkan jejaring dan kemitraan pariwisata yang berkualitas dan berkesinambungan.
9. Memfasilitasi industri kecil dan kerajinan rakyat yang memberi nilai tambah daya tarik wisata.
10. Mengembangkan budaya daerah yang mendukung kunjungan dan atraksi wisata.

#### **L. Data Kepariwisata Di Kota Surakarta**

Obyek dan Daya Tarik Wisata	: 43 buah
Sanggar / Paguyuban / Kelompok / Organisasi Seni Budaya	: 17 buah
Event Organizer (EO)	: 40 buah
Hotel (Bintang = 19, Melati=108)	: 127 buah
Pondok Wisata / Homestay	: 7 buah
Restaurant / Rumah Makan / Warung Makan	: 189 buah
Snack and Bakeries / Catering	: 29 buah
Kafe	: 6 buah

*commit to user*

Diskotik	: 2 buah
Pub	: 6 buah
Karaoke	: 10 buah
Studio Foto	: 4 buah
Internet Café	: 4 buah
Rumah Sakit	: 14 buah
Money Changer	: 7 buah
Salon Spa	: 14 buah
Farmasi	: 11 buah
Toko Pengobatan	: 6 buah
Biro Perjalanan Wisata	: 73 buah
Bioskop / Theatre	: 2 buah
Billiar	: 8 buah
Pusat Olah Raga	: 3 buah
Toko Buku	: 10 buah
Pelayanan Publik	: 12 buah
University / Collage	: 19 buah
Bank	: 15 buah
Game and Fun	: 17 buah
Tour Guide	: 36 buah
Gedung Pertemuan	: 58 buah

*commit to user*

Obyek dan Daya Tarik Wisata terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

a. Wisata Sejarah

- Keraton Kasunanan
- Pura Mangkunegaran
- Museum Radyapustaka
- Galeri Batik Kuno Damar Hadi
- Stadion Sriwedari
- Bale Persis
- Monumen Perjuangan '45
- Loji Gandrung
- Monumen Pers Nasional
- Tugu Lilin

b. Wisata Budaya

- Wayang Orang Sriwedari
- Wayang Kulit
- Wayang Bocah
- Ketoprak Balekambang
- Grup Tari Soeryo Sumirat

c. Wisata Alam, Hiburan, dan Rekreasi

- Taman Satwa Taru Jurug
- Taman Sriwedari
- Taman Balekambang
- Kampoeng Batik Laweyan

*commit to user*

- Kampoeng Batik Kauman
- Kampoeng Baluwarti
- d. Wisata Religi
  - Masjid Agung Keraton Kasunanan Solo
  - Masjid Al Wustho Pura Mangkunegaran
  - Masjid Laweyan
  - Gereja Katholik St.Petrus
  - GKJ Margoyudan
  - Vihara Dhamma Sundara
  - Klenteng Tri Dharma Avalokitesvara
- e. Wisata Kerajinan
  - Batik Gunawan Setiawan
  - Batik Kaoeman
  - Batik Qisti Mas'adi
  - Batik Dakon Mas
  - Rumah Mode Batik Sabrina
  - Batik Pratama
  - Batik Semar Tadji
  - Marin Modeste
  - Batik Gres Tenan
  - Batik Mahkota
  - Batik Merek Manis
  - Batik Merak Ati

*commit to user*



- Batik Nesa Noer
- Batik Nugroho Solo
- Mahendra Jaya Busana Adat Jawi
- Panama Tailor & Busana Jawa
- Batik Somokartono
- Batik “Noer”
- Tisik Batik Halus Kartika
- Batik Sekar Malati
- Batik Sidoluhur
- Batik Putra Laweyan
- Batik Tjahaja Baru
- Batik Puspa Kencana
- Gunawan Design
- Bale Satwika
- Rumah Batik Danar Hadi

f. Wisata Belanja

- Pasar Klewer
- Pasar Gede
- Pasar Windujenar
- Pasar Klitikan Notoharjo
- Gladag LAngen Bogan
- Pasar Kembang
- Pasar Legi

*commit to user*

- Pasar Burung Depok
- Beteng Trade Center
- Pusat Grosir Solo
- Solo Grand Mall
- Pasar Singosaren
- Lotte Mart
- Solo Square

### **M. Calendar Of Cultural Event Solo 2011**

- 
- Grebeg Sudiro 30 Januari 2011
  - Sekaten 9 – 15 Februari 2011
  - Grebeg Mulud 16 Februari 2011
  - Festival Ketoprak 8 – 22 Februari 2011
  - Solo Karnaval 20 Februari 2011
  - Festival Tirtonadi 19 Maret 2011
  - Mahesa Lawung 4 April 2011
  - Bengawan Travel Mart 29 April – 1 Mei 2011
  - Solo Menari 29 April 2011
  - Festival Dolanan Bocah 6 – 8 Mei 2011
  - Mangkunegaran Performing Art 20 – 21 Mei 2011
  - Solo Kampong Art 16 – 18 Juni 2011
  - Kreatif Anak Sekolah Solo (KREASSO) 19 – 21 Juni 2011
  - Solo Batik Carnival 25 Juni 2011

*commit to user*

- Keraton Art Festival 25 – 26 Juni 2011
- Tingalan Jumenengan Dalem ke-7 ISKS XIII 27 Juni 2011
- Solo International Performing Art (SIPA) 1 – 3 Juli 2011
- Solo Batik Fashion 4 -6 Juli 2011
- Solo Culinary Festival 4 – 6 Juli 2011
- Pentas Wayang Orang Gabungan 7 – 9 Juli 2011
- Kemah Budaya 8 – 10 Juli 2011
- Grand Final Putra Putri Solo 23 Juli 2011
- Malem Selikuran 20 Agustus 2011
- Grebeg Poso 31 Agustus 2011
- Pekan Syawalan Jurug 1 – 11 September 2011
- Bakdan ing Balekambang 1 – 11 September 2011
- Solo Keroncong Festival 29 – 30 September 2011
- Grand Final Cipta Lagu Keroncong 1 Oktober 2011
- Wayang Bocah 7 – 9 Oktober 2011
- Bengawan Solo Gethek Festival 16 Oktober 2011
- Pasar Seni Balekambang 21 – 23 Oktober 2011
- Javanesse Theatrical 29 - 30 Oktober 2011
- Kirab Apem Sewu 6 November 2011
- Grebeg Besar 7 November 2011
- Kirab Malam 1 Sura 26 – 27 November 2011
- Wiyosan Jumenengan SP KGPA A Mangkoe Nagoro IX 5 Desember 2011
- Pesta Budaya dan Kembang Api Malam Tahun Baru 31 Desember 2011

*commit to user*

## BAB IV

### PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

#### A. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Media

Kuliah Kerja Media merupakan kesempatan dimana mahasiswa dapat mengetahui, melihat, dan ikut terjun secara langsung di dunia kerja yang mungkin belum pernah di alami. Banyak pengalaman dan pengetahuan baru yang didapat selama mengikuti Kuliah Kerja Media yang nantinya bisa menjadi bekal memasuki dunia kerja. Pelaksanaan Kuliah Kerja Media di tempuh selama dua bulan mulai tanggal 1 Februari sampai 31 Maret 2011 pada:

- Tempat pelaksanaan :

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta

Jl. Brigjen Slamet Riyadi 275 Surakarta 57141

0271-711435, fax:0271-716501

Website:[www.solothespíritofjava.com](http://www.solothespíritofjava.com)

email: [budpar\\_solo@yahoo.com](mailto:budpar_solo@yahoo.com)

- Dengan waktu jam kerja:

Senin – Kamis : 07.30 – 15.30

Jumat : 07.30 – 11.00

Selama melaksanakan Kuliah Kerja Media, penulis melaksanakan tugas tugas di bidang promosi dan informasi. Dimana berbagai tugas yang diberikan kepada penulis membuat penulis menerapkan teori yang telah diberikan pada saat di

bangku perkuliahan. Dengan segala kegiatan Humas yang ada penulis diharapkan pada situasi yang nyata sebagai humas, yang senantiasa harus menjalin hubungan secara timbal balik atau dua arah, baik dengan publik internal maupun eksternal. Selama dua bulan, penulis tidak melewatkan kesempatan untuk terus belajar dan belajar sebagai bekal di dunia kerja nyata nantinya.

## **B. Diskripsi Pekerjaan**

- Mempelajari struktur organisasi DISBUDPAR
- Menyusun surat kendali 2011 DISBUDPAR
- Menyusun data pengeluaran event selama bulan Januari 2011
- memilah milah surat masuk dan undangan keluar DISBUDPAR
- membantu membuat disposisi, agenda, nomor surat, asal surat dan perihal dalam surat undangan keluar maupun masuk
- Menerima telepon dan menginformasikan kepada pihak yang dituju
- Ditempatkan sebagai petugas pada bagian Tourist Information Center
- Mengikuti rapat sekaligus mensosialisasikan Calender Event Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2011 dan membagikan buku rekaman event tahun 2010 kepada semua anggota rapat.
- Kerja bakti
- Membantu persiapan dan pelaksanaan Solo Carnaval Eco Cultural 2011
- Mengikuti rapat DKT ( Diskusi Kelompok Terbatas )
- Menjaga stand dan member informasi tentang pendaftaran Solo Batik Carnaval 4

*commit to user*

- Mendata tourist yang datang ke Tourist Information Center
- Membuat kuisisioner tentang Kesenian Pementasan Wayang Orang
- Merekup data kelompok seni dan seniman
- Merekap data rumah makan Steak di Kota Solo

### C. Hal-hal yang Didapat Selama KKM

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta berada di kompleks Sriwedari. Dan instansi ini di pimpin oleh Bapak Drs. Purnomo Subagyo. Pada awal memasuki lingkungan kerja di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta terasa aneh karena masih belum terbiasa dengan lingkungan kerja. Lalu pada hari berikutnya mulai dapat mengenal situasi dan kondisi lingkungan kerja, bersosialisasi dengan para karyawan karyawan dikantor. Sebenarnya staff dan para karyawan yang bekerja disini menyenangkan. Sering mengawali obrolan obrolan yang seru dan juga sering melucu.

Rata rata para karyawan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta ini ada seniman. Entah itu penari, guru tari, pesinden, pemain karawitan, pemain wayang dan ketoprak, dan ada juga perias manten. Di awal magang memang belum terlalu banyak pekerjaan yang harus dilakukan. Lalu pada hari hari berikutnya ikut membantu staff menyelesaikan pekerjaan. Seperti mendata surat yang masuk dan surat keluar. Juga membantu dan mengikuti berbagai macam rapat, seperti rapat Solo Carnival Eco Cultural 2011, rapat DKT(Diskusi Kelompok Terbatas), rapat Festival Tirtonadi, rapat Wayang Orang, rapat Skandal Radya Pustaka.



Juga menyusun data kesenian dan kelompok kelompok seni atau seniman di seluruh kota Surakarta. Data yang di rekap menggunakan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta sendiri dengan data Dewan Kesenian Surakarta. Data ini digunakan untuk memperbaharui data pada tahun sebelumnya. Karena di setiap tahunnya data bertambah ataupun berkurang.

Pada tanggal 16 Februari 2011 bertepatan dengan ulang tahun kota Surakarta yang 266 pada saat itu seluruh staff dan karyawan diharuskan memakai pakaian adat Jawa, termasuk penulis. Setelah mengikuti upacara ulang tahun Kota Surakarta di Balaikota, acara dilanjutkan di kantor DISBUDPAR. Dengan menggelar tumpengan bersama, acara dibuka dengan doa oleh Bapak Purnomo Subagyo. Dilanjutkan dengan pemotongan tumpeng dan makan makan. Di tanggal 20 Februari di laksanakan Solo Carnival. dapat mengikuti jalannya acara Solo Carnival dengan tema Eco Cultural 2011 dengan mendapatkan kursi undangan. Jadi saat pertunjukan dimulai hujan sangat deras, dan penulis mendapatkan tempat VIP. Event ini juga bertepatan dengan launching Railbus dan bus tingkat pariwisata “Werkudara”. Pada tanggal 19 Maret juga diadakan event Festival Tirtonadi.

Saat berjaga di Tourist Information Center, sangat menyenangkan karena banyak bertemu turis asing dan turis domestic. Tugas penulis disini adalah menginformasikan tentang kota Solo, dan memberikan Solo City Map lalu menjelaskan tempat tempat wisata di Kota Solo. Juga belajar cara menerima telepon yang baik dan benar, menerima dan mengirim faxes ke instansi yang dituju. Memberi informasi mengenai pendaftaran Solo Batik

*commit to user*

Carnaval 4. Dan setiap awal bulan, merekap data kunjungan turis selama satu bulan sebelumnya.

Setelah magang saya mendapatkan banyak kesempatan yang menguntungkan yaitu mendapat tugas untuk mengikuti seminar “Pemberdayaan Generasi Muda Sebagai Pelopor Pembangunan Karakter Bangsa Tahun 2011” yang di adakan oleh Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata RI, mengikuti kegiatan Tour Wisata Malam dengan bus Werkudara secara cuma cuma, lalu mengikuti seminar lagi dari Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata RI dengan tema “Multikulturalisme dan Integrasi Bangsa”.

#### **D. Kesulitan yang di hadapi**

Dalam melaksanakan Kuliah Kerja Media pada awal masuk, masih belum mengenal lingkungan kerja seperti ruangan, tugas tugas yang harus dilakukan, nama pegawai dan jabatannya. Lalu pada saat menerima telepon, kadang kadang harus menghadapi penelepon yang kurang sopan atau dengan nada emosi. Dan pada saat membuat rekapan data kedatangan turis, ada beberapa tulisan dari turis asing yang kurang bisa terbaca dengan baik. Sehingga pendataan sedikit lebih lama. Lalu pada saat pembuatan rekapan data kesenian dan seniman seniman di seluruh kota Surakarta, sedikit kebingungan. Karena data yang diberikan masih berupa data campuran dan berantakan. Data tersebut di ambil dari data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta dan Dewan Kesenian Surakarta.

*commit to user*

## E. Cara Mengatasi Kendala

Dalam mengatasi kendala selama pelaksanaan Kuliah Kerja Media di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, penulis mengatasi masalah dengan cara sebagai berikut:

- ✓ Meminta saran dan petunjuk pada pembimbing di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta.
- ✓ Lebih banyak lagi belajar dari senior ataupun orang-orang dalam perusahaan.
- ✓ Membiasakan diri untuk lebih komunikatif
- ✓ Mengamati cara dan strategi promosi pada perusahaan
- ✓ Lebih banyak bertanya apa yang belum diketahui

## F. Kerjasama dan bentuk Promosi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta

Pemerintah Kota Surakarta dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai fungsi kerjasama, promosi dan pelestarian pariwisata serta pemberdayaan SDM-nya. Selain itu juga bertanggung jawab pada konsep pengembangan dan konten materi kegiatan yang ada di wilayah pariwisata. Dengan adanya pengembangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Surakarta.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta sendiri, khususnya pada bidang Kerjasama, Promosi dan Pelestarian mengemukakan bahwa

*commit to user*

birokrasi pemerintah juga menjalin komunikasi dengan berbagai stakeholder, antara lain:

- Dinas dinas pemerintah kota Surakarta, seperti: Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga, Dinas Kebersihan dan Pertamanan, Dinas Kesehatan, Dinas Komunikasi dan Informatika, Dinas Perhubungan, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Pekerjaan Umum, Dinas Pendapatan, pengelolaan keuangan dan aset, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Penduk dan Pencapil, Dinas Pengelolaan Pasar, Dinas Pertanian, Dinas Sosial, Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Dinas Tata Ruang Kota.
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Dinas dinas pemerintah daerah se-Soloraya (Sukoharjo, Boyolali, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten)
- Pihak pihak media. Media Cetak ( Koran Solopos, Joglo Semar, Radar Solo), Media Radio ( Solopos FM, Ria FM, Prambors, Solo Radio, dan RRI), Media Televisi (TATV, TVRI, dan Jogja TV).
- ASITA (Association Indonesian Tours and Travels Agencies)
- PHRI (Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia)
- DKS (Dewan Kesenian Surakarta)
- HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia)
- BPPIS (Badan Promosi Pariwisata Indonesia Solo)
- FPKBL (Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan)
- Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata)
- seniman budayawan seluruh kota Surakarta.

*commit to user*

Kegiatan promosi merupakan usaha utama yang perlu dikelola dan diutamakan kemajuan dan pengembangan pariwisata dalam upaya meningkatkan minat para wisatawan. Kegiatan promosi pariwisata perlu dikelola dengan baik demi kemajuan pengembangan pariwisata dalam meningkatkan minat para wisatawan sehingga target yang ditetapkan oleh Pemerintah Kota Surakarta dapat tercapai.

Pemerintah Kota Surakarta dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai fungsi kerjasama, promosi dan pelestarian pariwisata serta pemberdayaan SDM-nya. Selain itu juga bertanggung jawab pada konsep pengembangan dan konten materi kegiatan yang ada di wilayah pariwisata. Dengan adanya pengembangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Surakarta.

Kota Surakarta mempunyai tag line “Solo The Spirit of Java” ini sebenarnya bukan hanya milik kota Surakarta tetapi milik Solo Raya yaitu SUBOSOKAWONOSRATEN (Sukoharjo Boyolali Solo Karanganyar Wonogiri Sragen Klaten). Apabila Kota Surakarta akan membuat atau mengadakan event, dinas kabupaten kabupaten inilah yang juga akan meramaikan acara dalam event tersebut, saling bekerjasama melalui BKAD (Badan Kerjasama Antar Daerah). BKAD ini bersifat multisektoral, jadi bukan hanya mengenai pariwisata dan kebudayaan saja.

Salah satu cara untuk mengembangkan pariwisata adalah dengan cara mempromosikan. Promosi dilakukan dengan berbagai cara. Atas kebijakan walikota, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta sekarang lebih

*commit to user*

mementingkan mendatangkan orang ke Solo dari pada mengirim orang untuk ke luar Kota Solo. Jadi berupa pameran pameran itu tidak begitu digalakkan untuk tahun ini. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga mencari dan membuat berbagai macam event dengan tingkat nasional dan internasional yang diselenggarakan di Kota Solo. Supaya banyak orang luar yang masuk ke Solo. Seperti yang terkutib diberita ini,

### Promosi wisata lewat pameran dinilai tak lagi efektif

*Solo (Espos) Promosi potensi wisata melalui agenda pameran apalagi pameran itu digelar di luar kota, dinilai sudah tidak efektif lagi.*

*Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar), Purnomo Subagyo, menyampaikan dari evaluasi kepariwisataan yang telah di lakukan Pemerintah Kota (Pemkot) Solo, promosi yang paling efektif adalah mendatangkan pelaku atau stakeholder seperti agen perjalanan wisata itu langsung ke Kota Solo. Dan bertatap muka langsung dengan pelaku wisata di Kota Solo.*

*Pameran dinilai hanya membuang anggaran dan penyampaian informasi hanya dengan brosur tidak lagi efektif. Hal ini, disampaikan Purnomo, di sela-sela Business Meeting (Table Top) travel agent Padang dengan Association of The Indonesian Tour and Travels Agencies (Asita) dan Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Solo, di Sahid Jaya, Senin (8/2) malam. Selain itu, lanjutnya, promosi wisata juga bisa diawali dengan meningkatkan intensitas kegiatan MICE di Kota Solo.*

*commit to user*  
[\(http://bp3m.wordpress.com/2010/02/23/\)](http://bp3m.wordpress.com/2010/02/23/)



### **Leaflet dan Baliho**

Selain itu juga dengan cara membuat Leaflet dan baliho acara acara dalam Kalender Event. Baliho akan dipasang disudut sudut sudut yang sering dilewati oleh masyarakat. Seperti Gladag, Bunderan Manahan, dan diperempatan perempatan jalan. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata setiap tahunnya membuat Kalender Event yang di bukukan maupun dicetak didalam surat kabar (seperti: Joglo Semar, SOLOPOS, Radar Solo, dll.)

### **Brosur**

Pembuatan brosur pun juga dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta. Brosur berguna untuk memberikan informasi tentang Kota Solo secara garis besar. Ini juga dapat mempermudah turis turis agar dapat mengetahui wisata wisata di kota Surakarta, Peta Kota Surakarta, Peta Kuliner Kota Surakarta. Brosur brosur itu berupa Solo City Map, Solo and Surrounding, dll.

### **Website**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta juga sudah mempunyai website, yaitu [www.solothespirtofjava.com](http://www.solothespirtofjava.com) yang baru dibuat akhir tahun 2009 yang lalu. Di dalam website ini juga dipaparkan wisata wisata kota Solo, Kalender event selama 1 tahun, kegiatan kesenian di kota Solo yang tidak termasuk dalam Kalender Event, foto foto event, dll. Walaupun masih baru tetapi website ini cukup update memberikan informasi pariwisata dan agenda acara yang di adakan di kota Surakarta.

*commit to user*

### **Media Elektronik**

Selain itu promosi melalui media elektronik juga berupa iklan di televisi (seperti: TATV, TVRI Semarang dan Jogja TV) maupun radio (SOLOPOS FM, Ria FM, Prambors, Solo Radio dan RRI). Untuk wilayah kota Surakarta berpromosi melalui talk show di radio maupun televisi lokal, talk show di radio lokal dilakukan setiap bulan dalam minggu pertama, dan di televisi lokal selain talk show juga dibuat iklan-iklan kebudayaan yang memperkenalkan kebudayaan dan pariwisata kota Surakarta.

### **Pengiriman Wakil Budaya**

Tak hanya itu, di tiap tahunnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta selalu mengirimkan wakilnya untuk ke luar kota, dan ke luar negeri seperti Putra Putri Solo, Solo Batik Carnival, dan seniman-seniman lainnya untuk melakukan kegiatan guna memperkenalkan kebudayaan dan pariwisata Indonesia terutama Kota Surakarta. Dari kelompok Solo Batik Carnival di tahun ini yang penulis ketahui sudah dikirim untuk ke berbagai kota seperti: Semarang, Jogjakarta, Wonogiri, Kediri, Surabaya, Jakarta, dan Bali. Yang terakhir kelompok Solo Batik Carnival bergabung dalam pembuatan video clip Agnes Monica yang berjudul "Paralyzed". Untuk tahun ini dikirim 4 orang untuk ke Belanda, Den Haag, 2 orang dari Putra Putri Solo, dan 2 orang dari Solo Batik Carnival.

### **VCD Pariwisata**

Pada saat pengiriman duta wisata, pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga sudah mempersiapkan VCD Kalender Event Kota Solo.

*commit to user*

Didalamnya terdapat cuplikan dari event atau objek yang cukup informative dengan disertai gambar, tempat, tanggal dan tentunya waktu pelaksanaannya. VCD kalender event ini juga telah ditayangkan di Videotron kota Surakarta yang terletak di petigaan Manahan Surakarta. VCD ini diproduksi secara terbatas dan sesuai kebutuhan saja, misalnya ada tamu atau wisatawan dan yang akan dibawa serta dalam pengiriman duta wisata keluar negeri.

### **Familiarization Trip**

Akhir akhir ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta melakukan cara baru yaitu FamTrip, Familiarization Trip. FamTrip ini dilakukan dengan cara mendatangkan para Jurnalis jurnalis dari luar Kota Solo dan luar Indonesia, contohnya jurnalis dari Jepang, Singapura, Australia, dsb. Para jurnalis itu di undang lalu mereka di ajak untuk berkeliling Kota Solo. Setelah itu para jurnalis ini akan menuliskan tentang Kota Solo.

Seperti yang sudah dituliskan dalam bab sebelumnya Seksi Pelestarian dan Pengembangan Aset mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan kebijakan teknis, pembinaan dan pelaksanaan di bidang pengembangan produk pariwisata, meliputi: pelaksanaan kebijakan dan penetapan pedoman pengembangan destinasi pariwisata, pelaksanaan kerjasama internasional dan fasilitasi kerjasama pengembangan destinasi pariwisata.

Pelestarian yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta meliputi situs situs bersejarah, termasuk yang sudah menjadi cagar

budaya nasional. Seperti Keraton Mangkunegaran, Keraton Kasunanan, dll, ini nantinya pemeliharaannya akan dibebankan ke APBN.

Event event yang diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta itu sebenarnya adalah kebijakan dari Walikota Surakarta, Bapak Joko Widodo. Lalu pada Dinas Dinas yang terkait inilah saling bekerjasama untuk melaksanakan kegiatan tersebut supaya berhasil. Seperti Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga, yang berhubungan dengan kependidikan, Dinas Perhubungan Yang berhubungan dengan lalu lintas dan menguasai jalan. Satpol PP, Polisi dan Yang berhubungan dengan keamanan, dan Dinas Kebersihan dan Pertamanan yang berhubungan dengan kebersihan selama event berlangsung.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata hanyalah fasilitator kebijakan dan Walikota. Event yang akan dilaksanakan akan diserahkan kepada pihak pihak yang paling menguasai. Seperti yang menguasai seni akan diserahkan kepada seniman, yang menguasai budaya akan diserahkan kepada budayawan, dan mereka dipercaya untuk menghandle acara.

## **G. Hambatan-hambatan dan kendalanya**

- Kurang Koordinasi

Dalam sebuah event itu pasti saling berkaitan antara pihak pihak ataupun dinas dinas se Kota Solo. Antara lain berkaitan dengan Dinas Perhubungan, Satpol PP, Polisi, Dinas Tata Kota, Dinas Kebersihan dan

*commit to user*

Pertamanan Kota, Kesbangpolinmas, DKK (Dinas Kesehatan Kota ), dinas dinas ini seharusnya bekerja sesuai dengan Tupoksi masing masing.

Dari yang penulis amati, di tingkat kota sendiri pada saat event berlangsung banyak sekali terjadi *miss communication*. Antara pihak yang satu dengan pihak yang lain saling membuat keputusan sendiri sendiri disaat event berlangsung. Jadi keputusan yang satu akan bentrok dengan keputusan pihak lain yang menjadikan keadaan ditempat event “semrawut”. Jadi intinya komunikasi belum berjalan dengan optimal.

- Kesadaran Masyarakat yang masih Kurang

Tingkat kesadaran masyarakat kota Surakarta sendiri tentang kebudayaan pariwisata masih rendah. Ada yang menganggap budaya dan pariwisata sudah kuno, tidak gaul, merepotkan, itu yang menyebabkan masyarakat kurang antusias.

Ini bisa dilihat dari minat masyarakat tentang Kebudayaan dan Pariwisata kurang diminati. Contohnya saja pertunjukan Wayang Orang di Sriwedari, pengunjung sangat sedikit sekali. Sebenarnya Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sudah merenovasi sebagian bangunan. Dan sudah menggunakan AC.

### **Kendala kendala penyelenggaraan event**

Kendala kendala yang selama ini dihadapi sebenarnya masih sama, yaitu cuaca dan mengendalikan massa. Selama penulis alami di saat bertugas memang kendala pada cuaca itu sulit untuk di tindak lanjuti karena cuaca yang

*commit to user*

berkendak juga yang di atas. Di saat Solo Carnaval yang sebelum acara dimulai memang mendung, tiba tiba hujan sangat deras. Ataupun saat 3 hari sebelum hari H Festival Tirtonadi, dasar panggung yang akan digunakan sebagai panggung hanyut terbawa arus sungai Bengawan Solo. Dan itu dicarikan solusinya. Di saat hari H pun hujan sangat deras, padahal hari hari sebelumnya tidak hujan.

Dari sekian banyak event yang diadakan Kota Surakarta ini penertiban massa yang sangat banyak juga merupakan kendala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta yang memang belum ada jalan keluarnya. Walaupun sudah diserahkan kepada ahli keamanan yaitu Satpol PP, DLLAJ, Kepolisian tetap saja belum bisa teratasi. Sebenarnya ada wacana untuk membuat semacam tribun, tribun untuk karnaval. Wacana tersebut sudah diajukan kepada Pemerintah beberapa kali tetapi tampaknya itu belum menjadi prioritas, karena belum ada anggaran.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta juga akan mencoba solusi untuk menertibkan masyarakat. Untuk tahun ini event Solo Batik Carnaval akan dilaksanakan pada malam hari, dan menggunakan pagar pagar besi disepanjang jalan yang akan dilalui peserta karnaval. Kegiatan ini akan direalisasikan pada tanggal 25 Juni 2011 nanti.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penulisan laporan Tugas Akhir Kuliah Kerja Media ini, yang dapat penulis simpulkan antara lain:

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta memiliki suatu yaitu Bidang Pelestarian, Promosi dan Kerjasama yang bertugas untuk menjalankan fungsi kehumasan. Dari pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Media dapat disimpulkan bahwa:

1. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang terkait. Baik secara internal maupun eksternal, yaitu
  - Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta sendiri
  - Dinas dinas pemerintah kota Surakarta, seperti: Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga, Dinas Kebersihan dan Pertamanan, Dinas Kesehatan, Dinas Komunikasi dan Informatika, Dinas Perhubungan, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Pekerjaan Umum, Dinas Pendapatan, pengelolaan keuangan dan aset, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Penduk dan Pencapil, Dinas Pengelolaan Pasar, Dinas Pertanian, Dinas Sosial, Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Dinas Tata Ruang Kota.

*commit to user*

- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Dinas dinas pemerintah daerah se-Soloraya (Sukoharjo, Boyolali, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten)
- Pihak pihak media. Media Cetak ( Koran Solopos, Joglo Semar, Radar Solo), Media Radio ( Solopos FM, Ria FM, Prambors, Solo Radio, dan RRI), Media Televisi (TATV, TVRI, dan Jogja TV).
- ASITA (Association Indonesian Tours and Travels Agencies)
- PHRI (Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia)
- DKS (Dewan Kesenian Surakarta)
- HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia)
- BPPIS (Badan Promosi Pariwisata Indonesia Solo)
- FPKBL (Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan)
- Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata)
- dan seniman budayawan seluruh kota Surakarta.

Kerjasama dilakukan supaya kegiatan dapat berjalan dengan baik dan mendapatkan hasil yang maksimal. Dan tidak akan mungkin Dinas Kebudayaan dan Pariwisata berjalan sendiri. Menjaln kerjasama juga dapat sebagai cara berpromosi secara tidak langsung.

2. Bentuk promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan salah satu fungsi humas. Kegiatan promosi yang dilakukan antara lain:
  - Membuat event event yang menarik wisatawan untuk datang ke kota Solo. Karena pomosi yang paling efektif adalah dengan mendatangkan

pelaku wisata atau stakeholder seperti agen perjalanan wisata datang ke kota Solo.

- Membuat leaflet dan baliho acara dalam Kalender Event atau event event yang akan berlangsung.
- Membuat brosur seperti Solo City Map, Solo Sourrounding.
- Mempunyai website yaitu [www.solothespirtofjava.com](http://www.solothespirtofjava.com) supaya dapat diakses di seluruh dunia dengan mudah.
- Membuat iklan iklan event menarik melalui media televisi, media cetak dan radio.
- Melakukan talk show di televisi maupun di radio lokal disetiap bulannya.
- Pengiriman Duta Wisata kota Surakarta ke luar negeri (seperti Solo Batik Carnaval, Putra Putri Solo, dan para seniman).
- Pembuatan VCD Kalender Event untuk dibagikan disaat pengiriman Duta Wisata ke luar negeri maupun keluar kota.
- Melakukan kegiatan FamTrip, yaitu dengan mendatangkan jurnalis dari luar kota maupun luar Indonesia.

## B. Saran

### 1. Bagi Program D III Komunikasi Terapan FISIP UNS

Pelaksanaan Kuliah Kerja Media yang diadakan oleh UNS bagi mahasiswanya menempuh pendidikan Program D III guna sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya merupakan kesempatan

yang bagus agar mahasiswa dapat melihat dan terjun secara langsung ke dunia kerja.

KKM yang dilaksanakan dengan baik dan sungguh sungguh akan bermanfaat bagi mahasiswa, oleh sebab itu perlu adanya pembenahan dan pembekalan yang sempurna kepada mahasiswa sebelum melaksanakan KKM agar di tempat magang mahasiswa dapat lebih proaktif, kritis dan mengetahui job descriptionnya. Karena tidak semua tempat magang langsung memberikan job description kepada anak magang.

2. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta

Program promosi yang telah dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta sudah baik dengan promosinya. Akan tetapi alangkah baiknya apabila promosi yang telah berhasil tersebut di imbangi dengan meningkatkan kinerja para karyawan dan para pelaksana event. Supaya komunikasi antar pelaksana event berjalan dengan baik dan dapat mengurangi *miss communication*, termasuk menambah tingkat keamanan. Dan bagian kehumasan bisa berdiri sendiri dan tidak dijadikan satu dengan bidang Pelestarian, Promosi dan Kerjasama. Supaya kinerja kehumasan dapat semakin optimal.

## DAFTAR PUSTAKA

Effendy, Onong U. *Human Relations Dan Public Relations*. Bandung. Mandar Maju, 1993.

Ardianto, Elvinaro dan Soleh Soemirat. *Dasar Dasar Public Relations*. Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2007.

Freddy Rangkuti. *Strategi Promosi Yang Kreatif*. 2009.

Siswanto, Bambang. *Hubungan Masyarakat Teori Dan Praktek*. Surakarta, 1985.

Rumanti, Maria Assumpta. *Dasar Dasar Public Relations Teori Dan Praktek*. Jakarta, Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.

Pendit, Nyoman S. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta, PT Pradnya Paramita, 2002.

<http://www.bappeda.co.id>

[www.google.com](http://www.google.com)

*commit to user*



*commit to user*



LAPORAN PERIODIK

Perkembangan Kegiatan Kuliah Kerja Media ( Magang )

Mahasiswa Komunikasi Terapan FISIP-UNS 2011

LAPORAN MINGGU KE : 1

PERIODE : tanggal 1 FEBRUARI s/d tanggal 7 FEBRUARI 2011

[digilib.uns.ac.id](http://digilib.uns.ac.id)

1. TUGAS – TUGAS YANG TELAH DILAKUKAN :

- Melihat dan mempelajari laporan dan rekaman Event Budaya dan Pariwisata selama tahun 2010
- Mempelajari stuktur organisasi Dinas Pariwisata
- Memilah milah surat masuk dan undangan keluar DISBUDPAR
- Menyusun surat kendali 2011 DISBUDPAR
- Menyusun data pengeluaran event ( PPK, Sarana dan Prasarana, TU ) selama tahun 2011

2. KESULITAN / KENDALA YANG DIHADAPI ( kalau ada ) :

- Pada hari hari awal masih belum mengenal lingkungan kerja seperti ruangan, tugas yang harus dilakukan, nama pegawai, dsb.

3. CARA YANG TELAH DILAKUKAN UNTUK MENGATASI KESULITAN :

- Menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja secara cepat
- Terus mengamati bagaimana pegawai kantor bekerja

4. KEMAJUAN YANG TELAH DICAPAI :

- Dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja
- Mengetahui dan mempelajari bagaimana suasana kerja dalam suatu kantor

Surakarta, 4 Februari 2011

Mengetahui,

Ka. Sub.Bag. Umum & Kepegawaian  
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta

Peserta KKM,

Krisdinah

Penata Tk I

NIP.19600417 198101 2 001

Maria Anindita Dhaneswari

## LAPORAN PERIODIK

Perkembangan Kegiatan Kuliah Kerja Media ( Magang )

Mahasiswa Komunikasi Terapan FISIP-UNS 2011

LAPORAN MINGGU KE : 2

PERIODE : tanggal 8 FEBRUARI s/d tanggal 14 FEBRUARI 2011

[digilib.uns.ac.id](http://digilib.uns.ac.id)

### 5. TUGAS – TUGAS YANG TELAH DILAKUKAN :

- Membuat surat undangan, buku masuk undangan
- Membantu membuat disposisi, agenda, nomor surat, asal surat dan perihal dalam surat undangan keluar maupun masuk pada bulan Januari
- Menerima telepon dan menginformasikan kepada pihak yang dituju
- Ditempatkan sebagai petugas pada bagian Tourist Information Center
- Mengikuti rapat di balai kota Surakarta, Rapat diikuti oleh kepala UPTD, Asisten, Camat dan Lurah seluruh Kota Surakarta.

Waktu ; 09.00 – 12.00 WIB

Merupakan agenda mingguan setiap hari senin. Rapat dipimpin oleh Bp. Walikota / Sekda.

Tugas kami : mensosialisasikan Calender Event Dinas Kebudayaan dan Pariwisata th 2011 dan membagikan buku rekaman kalender event event tahun 2010 kepada semua peserta anggota rapat.

- Kerja bakti

### 6. KESULITAN / KENDALA YANG DIHADAPI :

- Belum terbiasa menerima telepon di kantor dengan tata cara kantor Pemerintahan
- Pekerjaan yang dilakukan masih sangat sedikit

### 7. CARA YANG TELAH DILAKUKAN UNTUK MENGATASI KESULITAN :

- Membiasakan menerima telepon dengan sopan dan mencoba memberi informasi yang ditanyakan penelpon

### 8. KEMAJUAN YANG TELAH DICAPAI :

- Lebih enjoy dengan karyawan karyawan yang ada di DISBUDPAR
- Saat di TIC, dapat mendapatkan informasi yang lebih tentang kota Solo

Surakarta, 14 Februari 2011

Mengetahui,  
Ka. Sub. Bag. Umum & Kepegawaian  
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

[perpustakaan.uns.ac.id](http://perpustakaan.uns.ac.id)

Peserta KKM,

[digilib.uns.ac.id](http://digilib.uns.ac.id)

Krisdinah  
Penata Tk I  
NIP. 19600417 198101 2 001

Maria Anindita Dhaneswari



## LAPORAN PERIODIK

Perkembangan Kegiatan Kuliah Kerja Media ( Magang )

Mahasiswa Komunikasi Terapan FISIP-UNS 2011

LAPORAN MINGGU KE : 3  
[perpustakaan.uns.ac.id](http://perpustakaan.uns.ac.id)

[digilib.uns.ac.id](http://digilib.uns.ac.id)

PERIODE : tanggal 15 FEBRUARI s/d tanggal 21 FEBRUARI 2011

### 9. TUGAS – TUGAS YANG TELAH DILAKUKAN :

- Membantu persiapan Solo Carnaval Eco Cultural 2011
- Membantu dalam penyusunan tamu undangan VVIP di panggung kehormatan Solo Carnaval Eco Cultural 2011
- Melihat, mengikuti dan membantu jalannya kegiatan Solo Carnaval Eco Cultural 2011 di Panggung kehormatan / VVIP bersama sama dengan panitia dan petugas dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta

### 10. KESULITAN / KENDALA YANG DIHADAPI :

- Karena panitia Solo Carnaval Eco Cultural 2011 telah dibuat lama maka kami hanya dapat membantu tapi kurang maksimal. Hanya mengikuti rapat-rapat lanjutan saja dengan panitia dan pihak2 terkait yang mendukung event Solo Carnaval Eco Cultural 2011.
- 

### 11. CARA YANG TELAH DILAKUKAN UNTUK MENGATASI KESULITAN :

- Berusaha mempelajari proposal kegiatan Solo Carnaval Eco Cultural dengan baik, sehingga dapat mengetahui bagaimana jalannya event nanti dan bertanya kepada panitia yg lebih mengerti sehingga tidak terjadi kesalahan dalam membantu jalannya Event

### 12. KEMAJUAN YANG TELAH DICAPAI :

- Mempelajari dan mengetahui bagaimana persiapan sampai dengan terselenggaranya suatu event Solo Carnaval Eco Cultural 2011 sebagai salah satu kirab budaya untuk memperingati hari jadi kota Solo ke 266.
- Dapat ikut serta dalam kemeriahan suasana event Solo Carnaval Eco Cultural 2011

Surakarta, 21 Februari 2011

Mengetahui,  
Ka. Sub. Bag. Umum & Kepegawaian  
Dinsa Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta

Peserta KKM,

[perpustakaan.uns.ac.id](http://perpustakaan.uns.ac.id)

[digilib.uns.ac.id](http://digilib.uns.ac.id)

Krisdinah  
Penata Tk I  
NIP. 19600417 198101 2 001

Maria Anindita Dhaneswari



**LAPORAN PERIODIK**

Perkembangan Kegiatan Kuliah Kerja Media ( Magang )

Mahasiswa Komunikasi Terapan FISIP-UNS 2011

[perpustakaan.uns.ac.id](http://perpustakaan.uns.ac.id)

[digilib.uns.ac.id](http://digilib.uns.ac.id)

LAPORAN MINGGU KE : 4

PERIODE : tanggal 22 FEBRUARI s/d tanggal 28 FEBRUARI 2011

**13. TUGAS – TUGAS YANG TELAH DILAKUKAN :**

- Menyusun undangan rapat Pembahasan Rencana Kegiatan Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2012
- Mengikuti dan membantu jalannya rapat DKT di Graha Wisata Niaga membahas agenda wisata di Solo
- Mendata tourist yang datang ke TIC selama bulan Februari 2011
- Membuat rekapan data tourist yang berkunjung ke TIC selama bulan Februari 2011

**14. KESULITAN / KENDALA YANG DIHADAPI :**

- Dalam membuat rekapan data ada beberapa tulisan dari Tourist asing yang kurang bisa terbaca dengan baik. Sehingga pendataan sedikit lebih lama

**15. CARA YANG TELAH DILAKUKAN UNTUK MENGATASI KESULITAN :**

- Bertanya kepada petugas TIC yang lebih senior

**16. KEMAJUAN YANG TELAH DICAPAI :**

- Menganalisa data tourist yang berkunjung
- Belajar berkomunikasi dan berinteraksi dengan tamu yang datang ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta

Surakarta, 28 Februari 2011

Mengetahui,

Ka. Sub Bag Umum & Kepegawaian  
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta

Peserta KKM,

Krisdinah

Maria Anindita Dhaneswari



**LAPORAN PERIODIK**

**Perkembangan Kegiatan Kuliah Kerja Media ( Magang )**

**Mahasiswa Komunikasi Terapan FISIP-UNS 2011**

**LAPORAN MINGGU KE : 5**

[digilib.uns.ac.id](http://digilib.uns.ac.id)

**PERIODE : tanggal 1 MARET s/d tanggal 7 MARET 2011**

**17. TUGAS – TUGAS YANG TELAH DILAKUKAN :**

- Mendata Tourist yang datang ke TIC
- Merekap data tourist yang datang ke TIC selama bulan Februari
- Menulis surat undangan untuk rapat besok jam 11 siang mengenai wayang.
- Mengikuti rapat tanggal 3 Maret 2011 mengenai Wayang Orang tentang bagaimana mengembangkan WO menjadi lebih diminati oleh masyarakat.

**18. KESULITAN / KENDALA YANG DIHADAPI :**

**19. CARA YANG TELAH DILAKUKAN UNTUK MENGATASI KESULITAN :**

**20. KEMAJUAN YANG TELAH DICAPAI :**

- Lebih menguasai tugas dan kegiatan selama menjadi petugas Information Center karena telah lama ditempatkan dan belajar disana.
- Belajar upaya – upaya yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan pihak – pihak terkait dalam meningkatkan Seni Pementasan Wayang Orang di Gedung Kesenian Wayang Orang.

Surakarta, 7 Maret 2011

Mengetahui,  
Ka. Sub Bag. Umum & Kepegawaian  
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta

Peserta KKM,

Krisdinah

Maria Anindita Dhaneswari

Penata Tk.I

NIP. 19600417 198101 2 001

**LAPORAN PERIODIK**

**Perkembangan Kegiatan Kuliah Kerja Media ( Magang )**

**Mahasiswa Komunikasi Terapan FISIP-UNS 2011**

[perpustakaan.uns.ac.id](http://perpustakaan.uns.ac.id)

[digilib.uns.ac.id](http://digilib.uns.ac.id)

**LAPORAN MINGGU KE : 6**

**PERIODE : tanggal 8 MARET s/d tanggal 14 MARET 2011**

**21. TUGAS – TUGAS YANG TELAH DILAKUKAN :**

- Menjaga Front Office dan Receptionist Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
- Membuat slip setoran dan slip penarikan saldo
- Mengikuti rapat mengenai Festival Tirtonadi. Yang pada saat itu 22 drum yang akan dijadikan panggung hanyut terbawa arus sungai.
- Mensurvei lokasi panggung Festival Tirtonadi.

**22. KESULITAN / KENDALA YANG DIHADAPI :**

- Keikutsertaan kami masih kurang maksimal dalam rapat panitia Festival Tirtonadi

**23. CARA YANG TELAH DILAKUKAN UNTUK MENGATASI KESULITAN :**

- Lebih sering bertanya supaya dapat mengetahui lebih banyak informasinya.

**24. KEMAJUAN YANG TELAH DICAPAI :**

- Mengetahui dan ikut serta dalam kegiatan awal jalannya kepanitiaan festival tirtonadi.
- Dapat mempelajari proposal kegiatan suatu event besar yaitu Festival Tirtonadi

Surakarta, 14 Maret 2011

Mengetahui,

Ka. Sub Bag. Umum & Kepegawaian

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta

Peserta KKM,

LAPORAN PERIODIK

perpustakaan.uns.ac.id **Perkembangan Kegiatan Kuliah Kerja Media ( Magang )** digilib.uns.ac.id

Mahasiswa Komunikasi Terapan FISIP-UNS 2011

LAPORAN MINGGU KE : 7

PERIODE : tanggal 15 MARET s/d tanggal 21 MARET 2011

**25. TUGAS – TUGAS YANG TELAH DILAKUKAN :**

- Membantu mentranslate cerita wayang tentang Parang Kusumo untuk pementasan tanggal 18 Maret 2011 Wayang Orang di Gedung Wayang Orang
- Membuat kuisisioner tentang Kesenian Pementasan Wayang Orang yang hasilnya digunakan sebagai tolok ukur bagaimana cara mengembangkan dan meningkatkan kesenian Wayang Orang di Gedung kesenian Wayang Orang

**26. KESULITAN / KENDALA YANG DIHADAPI :-**

**27. CARA YANG TELAH DILAKUKAN UNTUK MENGATASI KESULITAN :-**

**28. KEMAJUAN YANG TELAH DICAPAI :**

- Kami mempelajari bagaimana mengatasi masalah kesalahan teknis yang diakibatkan faktor alam dalam hanyutnya drum yg akan digunakan sebagai panggung. Panitia festival akhirnya membuat alternatif lain yaitu membuat panggung di Taman Tirtinadi.
- Mengetahui dan mempelajari cerita pewayangan dalam pementasan Wayang orang yang ceritanya ditranslate dalam bahasa inggris.
- Kami dapat membuat kuisisioner tentang kesenian wayang orang yang digunakan sebagai sarana dan pedoman peningkatan kesenian tersebut.

Surakarta, 21 Maret 2011

Mengetahui,  
Ka. Sub Bag. Umum & Kepegawaian  
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta

Peserta KKM,

Krisdinah  
Penata Tk I  
NIP. 19600417 198101 2 001

Maria Anindita Dhaneswari

### LAPORAN PERIODIK

[perpustakaan.uns.ac.id](http://perpustakaan.uns.ac.id)

Perkembangan Kegiatan Kuliah Kerja Media ( Magang )

[digilib.uns.ac.id](http://digilib.uns.ac.id)

Mahasiswa Komunikasi Terapan FISIP-UNS 2011

LAPORAN MINGGU KE : 8

PERIODE : tanggal 22 MARET s/d tanggal 31 MARET 2011

#### 29. TUGAS – TUGAS YANG TELAH DILAKUKAN :

- Merekup data Kelompok Seni dan Seniman di kota Surakarta. Mulai dari Sanggar Tari, Campur Sari, Keroncong, Band, Kejawan, Qosidah Hadrah, Karawitan, Musik Bambu, Ensambel Musik, Teater, Santi Swaran, Keris, Kulintang Pedalangan, Reog, Cokekan, Kethoprak, Orkes Melayu, Film.
- Membuat daftar nama nama dan alamat seniman se kota Surakarta.

#### 30. KESULITAN / KENDALA YANG DIHADAPI :

- Awalnya sedikit bingung untuk merekup ulang data karena data yang diberikan kepada kami masih berupa data campuran dan masih berantakan.

#### 31. CARA YANG TELAH DILAKUKAN UNTUK MENGATASI KESULITAN :

- Bekerja bersama dengan rekan supaya mudah untuk diselesaikan dan tidak terjadi kesalahan

#### 32. KEMAJUAN YANG TELAH DICAPAI :

- Mengetahui Seluruh data kelompok seni se Surakarta.
- Mengetahui Seluruh seniman se Surakarta dan perkembangannya.

Surakarta, 31 Maret 2011

Mengetahui,  
Ka. Sub Bag. Umum & Kepegawaian  
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta

Peserta KKM,

Krisdinah  
Penata Tk I  
NIP. 19600417 198101 2 001

Maria Anindita Dhaneswari

[perpustakaan.uns.ac.id](http://perpustakaan.uns.ac.id)

[digilib.uns.ac.id](http://digilib.uns.ac.id)

