

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA

Bagian ini akan menjelaskan sajian data dan analisis data mengenai aktivitas Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempromosikan potensi kampung (studi deskriptif aktivitas Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempromosikan potensi kampung melalui program acara “Greget Kampung” pada tahun 2015-2016).

1. Aktivitas Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Mempromosikan Potensi Kampung Melalui Program Acara “Greget Kampung”

Program acara “Greget Kampung” merupakan salah satu program yang ada di Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Program ini merupakan salah satu kegiatan promosi dan publikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta terkait penyampaian informasi kepada masyarakat yang menyangkut berbagai bidang seperti ekonomi, kesehatan, pariwisata, budaya dan lain-lain yang disesuaikan dengan tema yang diangkat pada setiap kampung.

Program acara “Greget Kampung” dimulai sejak tahun 2013 yang merupakan perpanjangan atau *rebranding* dari program Dialog Sore yang ada di Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Program ini merupakan implementasi dari Lampiran Peraturan Walikota Nomor 40 Tahun 2015 tentang tugas pokok, fungsi, rincian tugas dan tata kerja Sekretariat Daerah Yogyakarta. Program ini tayang sebulan sekali pada hari Kamis minggu ke

tiga setiap bulannya pukul 17.00 WIB. Program acara “Greget Kampung” hanya berubah nama dan masih dijalankan sampai tahun 2014 dengan format yang sama seperti program Dialog Sore. Baru pada tahun 2015 terjadi perubahan format dan konsep pada program ini sebagai bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam menyampaikan informasi terkait kebijakan pemerintah dengan cara yang lebih menarik. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Bapak Ignatius Trihastono, Kepala Humas Pemerintah Kota Yogyakarta pada 23 Desember 2016,

“Latar belakang munculnya program ini yang pertama adalah evaluasi, bagaimana kita mengevaluasi kita sebagai pelaku atau produser dan pemrakarsa mendudukan diri sebagai *audiens* atau penikmat acara. Kita coba melihat bagaimana acara-acara yang dikemas di televisi. Hampir semua cara yang ada di televisi dalam bentuk format *talkshow* ada *host* dan juga narasumber kemudian duduk dan diwawancarai. Kejadian seperti ini terjadi baik di semua tingkat dan semua stasiun televisi. Acara seperti ini jenuh dan jelek dengan hanya menampilkan orang yang berbicara saja kita dipaksa untuk mendengar. Yang kedua adalah strategi penyampaian promosi dan publikasi itu harus dibalik dari yang mempromosikan itu adalah aparat pemerintah menjadi penerima manfaat sehingga ketika mengapresiasi itu pada tempatnya. Sehingga menjadikan penerima manfaat sebagai salah satu subjek narasumber. Tetapi kita tetap menjaga program ini terus dalam koridor karena di dalam program ini juga terdapat SKPD atau kantor lain terkait tema yang diangkat. Kemudian kenapa ini di bawah ke wilayah karena yaitu kita ingin memunculkan potensi wilayah, memberikan gambaran kepada publik kalau kita melihat Kota Yogyakarta juga bisa melihat dari aspek kampung tidak hanya dari malioboro dan lain-lain seperti Kota Gede yang masih kental dengan banyak *heritage-heritagenya*.”

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta melalui program acara ini berharap dapat memberikan informasi yang banyak dengan sasaran masyarakat yang lebih luas. Selain itu diharapkan pula masyarakat Kota Yogyakarta dapat lebih mengenal lagi potensi yang ada di kampung-

kampung di Kota Yogyakarta sehingga bisa membuat masyarakat Kota Yogyakarta memiliki rasa *handar beni*/rasa memiliki terhadap potensi yang dimiliki serta kampung-kampung lain yang belum menunjukkan potensinya menjadi lebih percaya diri untuk menampilkan potensinya kepada khalayak luas. Melalui pengangkatan dan promosi untuk menunjukkan potensi tersebut diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan yang ada di Kota Yogyakarta yang sejalan dengan keinginan Pemerintah Kota Yogyakarta dalam memunculkan potensi-potensi kampung sebagai destinasi wisata yang baru.

Aktivitas yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta terkait program acara “Greget Kampung” adalah aktivitas atau kegiatan yang menyangkut proses produksi program acara tersebut serta aktivitas promosi untuk meningkatkan jumlah penonton yang menonton program acara “Greget Kampung” ini. Aktivitas promosi yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempromosikan program acara “Greget Kampung” melalui berbagai macam media publikasi humas seperti pesan lisan, televisi, surat kabar, media sosial dan pertemuan-pertemuan. Kemudian aktivitas atau kegiatan yang menyangkut proses produksi program acara melewati beberapa tahapan seperti pencarian fakta, perencanaan, komunikasi dan evaluasi.

Tahap pertama yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah pencarian fakta. Humas mencari tema-tema krusial yang akan diangkat ke dalam program acara “Greget Kampung”. Setelah tema-tema itu didapatkan, Humas Pemerintah Kota Yogyakarta mulai

membuat daftar potensi yang ada di kampung tersebut yang disesuaikan dengan tema yang diangkat tadi. Cara lain untuk mendapatkan fakta adalah mengundang para pimpinan kampung dalam rapat untuk mendapatkan informasi-informasi yang berkaitan dengan potensi-potensi yang ada di kampung tersebut. Potensi yang diangkat adalah potensi yang berkembang atas bantuan Pemerintah Kota Yogyakarta. Hasil wawancara dengan Bapak Ignatius Trihastono pada 23 Desember 2015 selaku Kepala Humas Pemerintah Kota Yogyakarta,

“Awal tahun sebelum produksi, kita menginventarisasi tema yang krusial apa, misalnya kebutuhan temanya ini tetapi kesempatan produksinya ini atau misalnya temanya sepuluh tetapi kesempatan produksinya lima, maka kita buat *grid* mana yang penting terlebih dahulu. Terus barulah kita mencari data-data terkait potensi yang kita mau tampilkan”.

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah perencanaan. Humas melakukan aktivitas berupa rapat koordinasi dengan wilayah, SKPD yang terkait serta tim produksi terkait bagaimana konsepnya, kemasannya seperti apa, serta kegiatan dan potensi-potensi apa saja yang nantinya akan ditampilkan dalam program tersebut. Data-data yang dikumpulkan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta terkait potensi-potensi yang dipromosikan nantinya dikonfirmasi dengan data-data yang dimiliki oleh wilayah.

“Kemudian kita mengundang tim produksi, diskusi mengenai kemasannya nanti bakal seperti apa, tidak hanya sedar obrolan saja tetapi kita harus memunculkan aktivitas dan potensi yang ada di kampung tersebut dan lain sebagainya. Setelah itu kita mengundang wilayah yang akan kita pakai untuk produksi dan SKPD/Dinas/Bagian/Kantor yang mengawal tema ini. Disini kita *briefing* mengenai proses produksi, peran wilayah, narasumber dan batasannya seperti ini supaya tidak terlalu melebar (wawancara

tanggal 23 Desember 2016 dengan Bapak Ignatius Trihastono selaku Kepala Humas Pemerintah Kota Yogyakarta).”

Tahapan yang berikutnya adalah komunikasi. Komunikasi pada tahapan ini lebih mengarah kepada bagaimana cara humas menyusun pesan-pesan atau informasi yang nantinya disampaikan oleh narasumber dalam program acara tersebut. Selain itu komunikasi yang dilakukan humas adalah terkait proses produksi program tersebut dan kegiatan promosi. Humas terjun langsung dalam proses syuting untuk mengawasi proses produksi serta untuk melihat langsung antusiasme warga terhadap program acara “Greget Kampung”. Biasanya dalam proses produksi pembuatan program, Humas Pemerintah melakukan komunikasi secara langsung. Banyak masyarakat sering bertanya mengenai program acara “Greget Kampung” dan serta jadwal penayangannya di televisi sehingga hal ini dimanfaatkan oleh Humas Pemerintah sebagai salah satu taktik untuk mempromosikan program acara “Greget Kampung”,

“Tahap selanjutnya adalah proses produksi. Untuk mengoptimalkan sumber daya dan meminimalkan biaya biasanya kita memproduksi tiga tema dalam sekali produksi. Di setiap proses produksi humas selalu memantau kegiatan produksi sehingga produksi tetap sesuai dengan apa yang diinginkan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Ini juga bagian dari strategi promosi dari Humas Pemkot Yogyakarta, kalau diproduksi langsung di kampung masyarakat yang menonton dan tahu produksi program ini apalagi terlibat maka akan antusias untuk menonton program acara ini (wawancara tanggal 23 Desember 2016 dengan Bapak Ignatius Trihastono selaku Kepala Humas Pemerintah Kota Yogyakarta).”

Berdasarkan hasil wawancara diatas Humas Pemerintah Kota Yogyakarta berupaya semaksimal untuk menjangkau sasaran target dalam program acara “Greget Kampung”. Sebisa mungkin kesempatan yang ada

digunakan untuk kegiatan promosi. Tahap komunikasi juga berkaitan dengan pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada penonton. Peneliti juga menemukan pesan-pesan yang disampaikan dalam program acara “Greget Kampung” berupa pesan-pesan informasi dan persuasif yang memberikan informasi tentang potensi dan kegiatan yang ada di kampung tersebut serta mengajak para penontonya melihat bagaimana potensi dan kegiatan yang ada tersebut. Beberapa contoh pesan informasi dan persuasif yang ada pada tayangan program acara “Greget Kampung”:

Contoh pesan-pesan informasi yang ada pada tayangan program acara “Greget Kampung” :

- 1) “Ndalem Pujokusuman merupakan rumah yang dibeli oleh Sri Sultan Hamengku Bowono VIII dan diberikan kepada Gusti Pendowo Harjo Pujokusumo. Rumah ini tidak lepas pada masa zaman penjajahan Belanda. Dahulu pada masa itu rumah ini merupakan markas Pasukan Hantu Maut. Pasukan Hantu Maut merupakan pasukan yang ditakuti oleh Belanda pada masa itu (narasi pada tayangan program acara “Greget Kampung” episode kampung Keparakan)”.
- 2) “Cakwe berasal dari negeri Tiongkok. Pada zaman Dinasti Sung terdapat seorang jenderal yang bernama Chikwe yang dihianati oleh sepasang suami istri. Untuk melampiaskan kemarahan tadi, jenderal tersebut membuat sebuah makanan dari tepung gandum yang diberi nama Cakwe yang berarti hantu goreng (narasi pada tayangan program acara “Greget Kampung” episode kampung Ketandan)”.

Contoh pesan-pesan persuasif yang ada pada tayangan program acara “Greget Kampung” :

- 1) “Kami mau melestarikan kebudayaan Jawa yang ada salah satunya tari serimpi, maka dari itu kegiatan tari ini tidak hanya untuk masyarakat yang ada di Pakualaman saja namun terbuka untuk siapa saja yang mau ikut latihan di sini” (narasi pada tayangan program acara “Greget Kampung” episode kampung Pakualaman)”.

- 2) “Kita menciptakan enggrang modern ini agar bisa dinikmati oleh siapa saja, anak-anak kecil juga bisa bergabung di komunitas ini karena kita juga memiliki enggrang yang sudah disesuaikan untuk anak-anak kecil (narasi pada tayangan program acara “Greget Kampung” episode kampung Panembahan)”.

Kegiatan terakhir yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah evaluasi. Evaluasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah evaluasi terhadap proses produksi dan hasil jadi program acara “Greget Kampung” yang ditayangkan di televisi. Kegiatan evaluasi dilakukan untuk mendapatkan kekurangan apa saja yang terjadi sehingga bisa dijadikan bahan masukan pada waktu selanjutnya.

“Kegiatan evaluasi kita lebih kepada kita evaluasi pelaksanaan produksi dengan PH, jadi kita mengalami kesulitan apa saat produksi kemaren itu menjadi perbaikan kita untuk produksi ke depan bukan mengevaluasi wilayah atau kampung (wawancara tanggal 22 Desember dengan Ibu Tutiek Susiatun selaku Kasubag Promosi dan Publikasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta).”

“Evaluasi tidak hanya sekedar tiap akhir tahun. Kita mengevaluasi *outputnya*, seperti episode ini bagus atau tidak, episode ini kurang mengangkat potensi kampung. Evaluasi dilakukan per tiga bulan sehingga masih ada kesempatan untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan (wawancara tanggal 23 Desember 2016 dengan Bapak Ignatius Trihastono selaku Kepala Humas Pemerintah Kota Yogyakarta).”

Hasil wawancara dengan kedua informan diatas menunjukkan bahwa Humas Pemerintah Kota Yogyakarta memberikan penilaian-penilaian terhadap hasil dari program kerja atau aktivitas humas yang dilaksanakan. Walaupun evaluasi tidak dilakukan pada seluruh komponen yang terlibat dan hanya terbatas pada proses produksi dan *output* dari program acara “Greget Kampung”. Salah satu bentuk evaluasi yang pernah dilakukan oleh Humas Pemerintah adalah mengenai tim produksi.

Terdapat perbedaan tim produksi pada tahun 2015 dan 2016. Tahun 2015 Humas Pemerintah Kota Yogyakarta menunjuk Jogja TV sebagai lembaga penyiaran sekaligus tim produksi. Sedangkan pada tahun 2016 Jogja TV hanya sebagai lembaga penyiaran dan tim produksi diserahkan pada *Production House* PT.Wirawa Citra. Perbedaan tim produksi ini juga menghasilkan *output* yang berbeda pula. Perbedaan yang paling tampak adalah kualitas gambar dan teknik pengambilan gambar.

Gambar 3.1

Cuplikan Hasil Produksi Program Acara “Greget Kampung” pada Tahun 2015



Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2015

Gambar 3.2

Cuplikan Hasil Produksi Program Acara “Greget Kampung” pada Tahun 2016



Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2016

Adapun aktivitas promosi potensi kampung yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta pada tahun 2015-2016 sudah dilaksanakan pada 14 Kampung yang terdiri dari 9 kali pada tahun 2015 dan 5 kali pada tahun 2016. Setiap kampungnya diproduksi dan dibuat menjadi satu episode sehingga program acara “Greget Kampung sudah diterjemahkan ke dalam 14 episode.

Tabel 3.1

DAFTAR NAMA KAMPUNG DAN POTENSINYA YANG DIPROMOSIKAN
PADA PROGRAM ACARA GREGET KAMPUNG PADA TAHUN 2015

NO	NAMA KAMPUNG	POTENSI YANG DIPROMOSIKAN
1	Karang Waru	1. PLPBK (Penataan Lingkungan Pemukiman Berbasis Komunitas) 2. Gerbang Mas (Gerakan Belajar Masyarakat)

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Bank Sampah (Karang Taruna) 4. Kelompok Kesenian “Bangunrejo” 5. UMKM Wayang Limbah
2	Karanganyar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kampung <i>Cyber</i> 2. Kampung Ramah Anak 3. Kegiatan Macapat 4. TPA dan Kegiatan PAUD/TK
3	Rejowinangun	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wisata Agroedukasi 2. Jamu J’ger 3. Kripik Daun “Ron-Renyah” 4. Kerajinan Lukis Kaca 5. Kerajinan Deena Keramik 6. Tari Edan-Edanan dan Opera 37 7. Program Bang Mahat (Sambang Rumah Sehat)
4	Warung Boto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kampung Religi 2. Situs Warung Boto 3. Upacara Merti Tuk Umbul 4. Kerajinan Bulu Domba “Willian <i>Handycraft</i>” 5. Kerajinan Kap Lampu 6. Wanita Tani “Sari Kismo”
5	Keparakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kampung Keparakan Lor/Kampung Kuliner (Bakpia, Sirup, Camilan, Kripik Tempe dan lain-lain) 2. Kampung Dipowinatan/Kampung Budaya (<i>Tedhak Sinthen</i>) 3. Ndalem Pujokusuman 4. Yayasan Pamulungan Bekso Sasmino Mardowo 5. Orkes Kentongan “Suka Reno” 6. Kampung Keparakan Kidul/Kampung Industri Kerajinan (Sepatu dan Sandal)
6	Bener & Kricak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kosan-Kosan Sapi 2. Bank Sampah 3. Kerajinan Limbah Sampah 4. Kampung Jamu
7	Prawirodirjan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vihara Budha Prabha atau Klenteng Gondomanan 2. Mbah Suro Blangkon 3. Kate Mas <i>Handycraft</i> 4. Lilin Hias “Pensil Terbang” 5. Kegiatan PEW dan KUBE
8	Bausasran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Parem Minyak Gosok “Enggal Sehat” 2. Gapoktan Bausasran (Kebun sayur terpadu “Gemah Ripah”) 3. Kebab Kawe Indonesia 4. Laskar Berlian (Kebersihan

		Lingkungan Anti Nyamuk 5. LKMA (Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis) 6. UMKM Ciro Production
9	Ngampilan	1. Kampung Bakpia (Paguyuban Laris Manis) 2. Kampung Ramah Anak 3. Pasar Senen 4. Oseng-Oseng Mercon dan <i>Nyadran</i>

(Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2015)

Tabel 3.2

DAFTAR NAMA KAMPUNG DAN POTENSINYA YANG DITAMPILKAN
 PADA PROGRAM ACARA GREGET KAMPUNG PADA TAHUN 2016

NO	NAMA KAMPUNG	POTENSI YANG DIPROMOSIKAN
1	Pakualaman	1. Kerajinan Kuningan 2. Ayam Bacem Goreng “CO-DE” 3. Pengelolaan Limbah Sampah 4. Enting-Enting Gepuk “Cap Macan Leopard” 5. Alun-Alun Puro Pakualaman 6. Rujak Es Krim 7. SD Berbudaya 8. Tari Serimpi 9. Jamu Jingga
2	Suryodiningratan	1. Kacang Bawang “Bu Suni” 2. UMKM “Busana Seruni” 3. Kegiatan Posyandu dan Paud 4. PHBSS (Perilaku Hidup Bersih dan Sehat) 5. Taman Bacaan Suryodiningratan 6. Sanggar Tari Wilogo Apuletan 7. Kelas Banananana 8. Kerajinan Limbah Sampah 9. PKBM (Program Kesetaraan Belajar Mengajar)
3	Ketandan	1. Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta 2. Sejarah Kampung Ketandan 3. Kuliner Tionghoa (Sejarah Cakwe dan Bolang Baling)
4	Panembahan	1. Enggrang Moderen 2. Batik Jumputan 3. Campuran “Namburan” 4. Pertanian Perkotaan

		<ul style="list-style-type: none"> 5. Gudeg Wijilan “Bu Lies dan Hj.Rini” 6. Paguyuban Macapatan 7. Paguyuban Jemparengan Bagunastro
5	Purbayan	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kerajinan Perak 2. Kerajinan Tanduk (Sendok Nasi, Frame Kacamata, Kerokan Badan dan lain-lain) 3. Makam Kiai Gedong 4. Tradisi Ruwah (Pembuatan Apem Rucih) 5. Ndalem Batik 6. Sekarseno Batik 7. Kerajinan Kuningan 8. Kegiatan TPQ

(Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2016)

Potensi dan kegiatan yang dipromosikan melalui program acara “Greget Kampung” pada tahun 2015-2016 dijabarkan sebagai berikut :

a. Episode Kampung Karang Waru

Potensi kampung yang dipromosikan pada program acara “Greget Kampung” adalah Kampung Karang Waru. Kampung Karang Waru merupakan salah satu Kelurahan di Kota Yogyakarta yang berada di wilayah utara Kecamatan Tegalgrejo yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Sleman. Kampung Karang Waru telah bertransformasi dari wilayah kumuh menjadi tepat yang bersih dan indah. Masyarakat di Kampung Karang Waru pun mulai mengembangkan potensi kampung yang berasal dari sampah yang ada di masyarakat.

Episode Karang Waru menampilkan potensi-potensi berupa tranformasi perubahan Kali Buntung yang dilakukan oleh warga yang berbasis PLPBK (Penataan Lingkungan Pemukiman Berbasis Komunitas). Kali Buntung yang dulunya adalah tempat yang sangat kotor

dan menjadi tempat pembuangan sampah bagi warga sekitar sekarang telah berubah menjadi kali yang bersih. Masyarakat di daerah sekitar yang pada awalnya membuat rumah membelakangi Kali Buntung sekarang berubah dengan menjadikan Kali Buntung sebagai pemandangan depan rumah mereka. Selain itu kegiatan yang ditampilkan adalah program Gerbang Mas, kelompok kesenian “Bangun Rejo”, kegiatan bank sampah yang dikelola oleh karang taruna remaja, kerajinan dari sampah dan kerajinan wayang limbah.

Program Gerbang Mas merupakan kependekan dari Gerakan Belajar Masyarakat. Kegiatan Gerbang Mas ini merupakan kegiatan belajar tambahan yang ada di seluruh Kecamatan Tegalrejo. Kegiatan Gerbang Mas ini mewadahi anak-anak yang tidak mampu di dalam kampung tersebut untuk terus belajar. Pengajar dari program Gerbang Mas ini adalah guru dan mahasiswa yang terkadang melakukan pekerjaan tersebut secara sukarela.

Kemudian aktivitas warga yang dipromosikan adalah kelompok kesenian “Bangun Rejo”. Kelompok kesenian tersebut menjadi tempat bagi warga untuk menyalurkan bakat serta melestarikan budaya yang ada. Kegiatan yang paling terkenal yang dilakukan oleh kelompok kesenian “Bangun Rejo” adalah Drama Tari Joko Tingkir.

Potensi yang ditampilkan selanjutnya adalah kegiatan bank sampah dan pengelolaan kerajinan yang berasal dari sampah. Keunikan dari bank sampah yang ada di Kampung Karang Waru adalah unsur pengelolanya. Pengelola pada bank sampah ini dilakukan oleh karang taruna remaja di

kampung tersebut. Selain mengelola bank sampah, Karang taruna remaja bersama warga mengelola limbah sampah yang bisa dimanfaatkan menjadi kerajinan seperti bunga, dompet, atau pernak-pernik yang lain.

Potensi terakhir yang dipromosikan adalah kerajinan wayang limbah. Kerajinan wayang limbah ini dilakukan oleh Bapak Samijan. Ide awal wayang limbah ini juga berawal dari revitalisasi Kali Buntung. Banyaknya sampah yang dihasilkan dari revitalisasi kali buntung membuat Bapak Samijan membuat wayang limbah tersebut. Wayang limbah ini sudah dipasarkan ke beberapa tempat dan dibuat berdasarkan permintaan konsumen. Beberapa narasumber yang ditampilkan pada episode kampung Karang Waru adalah sebagai berikut :

- 1) Suhadi selaku Lurah Karang Waru
- 2) Sugiyanto selaku Penggiat Program Normalisasi Kali Buntung Karang Waru
- 3) Edi selaku Pengelolah IPAL
- 4) Shaleh selaku Ketua Karang Taruna
- 5) Samijan selaku Pengrajin Wayang Limbah
- 6) Rr. Sutini Sri Lestari, SH, Msi. Selaku Camat Tegalrejo

Tabel 3.3

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Karang Waru yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		<p>PLPBK (Penataan Lingkungan Pemukiman Berbasis Komunitas)</p>
2		<p>Kelompok Kesenian “Bangun Rejo”</p>
3		<p>Kerajinan Limbah Sampah</p>

4		Kerajinan Wayang Limbah
---	--	-------------------------

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2015

b. Episode Kampung Karanganyar

Episode kedua dari program acara “Greget Kampung” adalah Kampung Karanganyar. Kampung Karanganyar terletak di RW 16 Brontokusuman, Mergansan, Yogyakarta. Kampung Karanganyar adalah kampung yang mempunyai nuansa yang spesial untuk anak-anak, kemanapun mereka pergi anak-anak merasa mereka seperti berada di tempat yang mereka inginkan yang juga dikenal sebagai kampung ramah anak sebagai salah satu keunikan yang dimiliki kampung Karanganyar ini. Selain itu dalam episode ini juga ditampilkan adalah Kampung *Cyber*, Macapat, UMKM Ibu Budi dan kegiatan anak-anak seperti menggambar, permainan angklung, dan kolase.

Kampung ramah anak adalah salah satu kebijakan Pemerintah Kota Yogyakarta yang diterapkan dalam kampung ini. Kampung ramah anak menjadikan suatu kampung sebagai surga dunia bagi anak-anak. Banyak tempat-tempat dan kegiatan yang ditujukan untuk anak-anak seperti taman bermain, sekolah alam, dan taman bacaan. Intinya semua kegiatan ditujukan untuk anak-anak.

Kemudian potensi selanjutnya adalah tersedianya kampung *cyber* pada kampung Karanganyar ini. Kampung *cyber* juga merupakan program bantuan bagi warga. Setiap warga disana sudah bisa mengakses kemajuan teknologi seperti internet. Anak-anak bisa mendapatkan bantuan dari para pengajar untuk mengenal bagaimana cara menggunakan laptop dengan benar, belajar mengetik dengan menggunakan sepuluh jari, juga diajarkan bagaimana mengakses internet. Semua kegiatan tetap berada di bawah pengawasan para pengajar, sehingga anak-anak tidak bisa mengakses situ-situs yang berbahaya.

Potensi yang ada selanjutnya adalah potensi budaya yaitu Macapat. Macapat merupakan nyanyian tradisional Jawa yang mengandung unsur-unsur pengetahuan yang beraneka ragam seperti pendidikan. Macapat dilakukan oleh Bapak-Bapak yang berada di kampung Karanganyar. Kegiatan ini tetap dipertahankan oleh kampung Karanganyar guna melestarikan dan mempertahankan budaya Jawa.

Selain itu potensi selanjutnya adalah potensi yang bergerak di bidang kuliner yaitu UMKM Ibu Budi. UMKM Ibu Budi ini menerima berbagai macam pesanan kue kotak dan lainnya untuk sebuah acara. UMKM ini memperkerjakan warga-warga yang ada di kampung Karanganyar. Kegiatan terakhir yang ditampilkan dalam program acara “Greget Kampung” adalah pengelolaan bank sampah. Masyarakat di sekitar kampung Karanganyar saling membantu menyukseskan dan menjalankan program yang dicanangkan oleh Pemerintah Kota

Yogyakarta ini. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Karanganyar adalah sebagai berikut :

- 1) Tyansning Handayani Shanti selaku Camat Mergansan
- 2) Bagus dan rahmat selaku Tentor Kampung *Cyber*
- 3) Bu Budi selaku Pendiri UMKM Ibu Budi
- 4) Mugi selaku Pembimbing Macapat
- 5) Yuli selaku Pembimbing Angklung
- 6) Luthfi selaku Pembimbing Kolase
- 7) Sri Ratmini selaku Pembimbing Paud

Tabel 3.4

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Karanganyar yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Kampung Ramah Anak
2		Kampung <i>Cyber</i>

3		UMKM Ibu Budi
4		Kegiatan Macapat

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2015

c. Episode Kampung Rejowinangun

Kampung Rejowinangun merupakan salah satu kampung yang ada di wilayah Kota Gede. Letak kampung Rejowinangun berada di sebelah selatan perempatan Gedong Kuning, Yogyakarta. Kampung Rejowinangun mempunyai 13 RW dan memiliki banyak sekali potensi yang dapat dibagi menjadi Kampung Budaya, Kampung Herbal dan Sentra Jamu Gendong, Kampung Kerajinan, Kampung Sentra Kuliner dan Kampung Agroedukasi. Potensi yang dipromosikan dalam program acara “Greget Kampung“ episode kampung Rejowinangun adalah sebagai berikut Wisata agroedukasi, Jamu J’ger, Kripik daun “Ron-Renyah”, Kerajinan lukis kaca, Kerajinan Deena Keramik, Tari Edan-Edanan dan Opera 37, Sambang Rumah Sehat.

Wisata agroedukasi merupakan satu-satunya yang ada di Kota Yogyakarta. Wisata agroedukasi yang ada di kampung Rejowinangun meliputi pembibitan, penanaman, panen dan menikmati hasilnya. Tanaman yang ditanam berupa sayur-sayuran dan buah-buahan. Siapapun bisa belajar bercocok tanam dalam wisata agroedukasi ini.

Potensi selanjutnya yang dipromosikan adalah Jamu J'ger yang diproduksi dari hasil kampung agroedukasi yang berada di kampung Rejowinangun. Produksi Jamu J'ger ini telah berlangsung selama tiga tahun dan sudah dipasarkan ke hotel-hotel yang ada di Kota Yogyakarta. Jamu yang diproduksi adalah jamu beras kencur dan jamur kunir asem.

Potensi yang lainnya adalah produksi keripik daun yang diberi nama Keripik Ron Renyah. Keripik Ron Renyah ini juga diproduksi dari hasil kampung agroedukasi yang ada di kampung Rejowinangun. Produksi keripik daun yang ada di kampung Rejowinangun ini sudah memecahkan rekor muri karena telah memproduksi 272 varian keripik daun. Keripik daun yang menjadi andalan dan paling digemari konsumen adalah keripik daun singkong rasa paru, keripik cabai, keripik bayam dan keripik seledri. Selain itu program acara “Greget Kampung” ini juga ditampilkan bagaimana proses pembuatan Keripik Ron Renyah.

Potensi kampung selanjutnya adalah kerajinan lukis kaca dan kerajinan “Deena” keramik. Kerajinan lukis kaca ini dilakukan oleh salah satu warga yang ada di kampung Rejowinangun sejak tahun 2010. Kerajinan lukis kaca ini terbilang jarang di Yogyakarta dan untuk proses pembuatannya cukup unik dengan melukis secara terbalik. Kerajinan

“Deena” keramik sendiri dimulai pada tahun 2014 dan sudah berjalan selama dua tahun. Proses produksi kerajinan keramik sendiri dilakukan secara *hammit*. Produk kerajinan “Deena” keramik ini sudah dipasarkan ke seluruh Indonesia. Selain itu ditampilkan juga bagaimana proses pembuatan kerajinan keramik dalam program acara “Greget Kampung” ini.

Selain potensi di atas, potensi yang dipromosikan selanjutnya adalah potensi budaya yaitu tari edan-edanan dan opera 37. Tari edan-edanan ini tergolong baru ada di kampung Rejowinangun. Biasanya tari edan-edanan ini dipentaskan dalam acara pernikahan dan kirab budaya. Kemudian untuk Opera 37 adalah kesenian terkait seni peran. Opera yang paling sering ditampilkan adalah ketoprak. Kesenian opera ini bertujuan untuk mengenalkan cerita-cerita sejarah dengan kemasan yang menarik.

Potensi terakhir yang ditampilkan dalam program acara “Greget Kampung” adalah program Bang Mahat (Sambang Rumah Sehat). Program Bang Mahat ini merupakan program pendidikan mengenai kesehatan tempat tinggal. Aspek yang diperhatikan adalah penataan rumah, tanaman, dan ventilasi. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Karanganyar adalah sebagai berikut :

- 1) Nur Hidayat selaku Camat Kota Gede
- 2) Retnaningtyas, SSPT selaku Lurah Rejowinangun
- 3) Ir.Agus Budi Santosa selaku Ketua Kampung Wisata Agroedukasi

- 4) Ir.H.Suyomo selaku Kepala Disperindagkoptan Kota Yogyakarta
- 5) Sella Fitricha selaku Ketua Kube Ron Renyah
- 6) Dewi selaku Owner Kerajinan “Deena” Keramik
- 7) Supriyana selaku Pelindung Sanggar Sari Budaya
- 8) Haryono selaku Ketua Opera 37

Tabel 3.5

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Rejowinangun yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Wisata Agroedukasi
2		Jamu J'ger

3		Kerajinan “Deena” Keramik
4		Kerajinan Lukis Kaca
5		Keripik Daun “Ron Renyah”
6		Tari Edan-edanan



Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2015

d. Episode Kampung Warung Boto

Kampung Warung Boto merupakan salah satu kampung yang berada di Kecamatan Umbulharjo, Yogyakarta. Kampung Warung Boto terletak di timur laut XT Square yang berbatasan langsung dengan empat kecamatan yang berbeda yaitu Kecamatan Pakualaman, Mergansan, Kota Gede dan wilayah Bantul. Luas wilayah kampung Warng Boto sekitar 0,82 hektar dengan jumlah penduduk yang cukup padat sekitar 6000 jiwa.

Potensi yang dipromosikan dalam episode Kampung Warung Boto seperti Kampung Religi, Situs Warung Boto, Upacara Merti Tuk Umbul, Kerajinan Bulu Domba, Kerajiinan Kap Lampu, Wanita tani “Sari Kismo”. Kampung religi adalah kampung yang menjadikan masjid sebagai pusat kebudayaan, pendidikan dan agama. Hampir setiap hari di kampung ini dipenuhi dengan kegiatan peningkatan ketakwaan dan agama. Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan kampung religi seperti pengajian, shalawat jawa, kegiatan TPA, drum band, hadroh dan pemeriksaan kesehatan. Semua kegiatan tadi dilakukan oleh jemaah masjid di kampung Warung Boto.

Situs Warung Boto Situs merupakan situs peninggalan dari Sultan Hamengku Buwono II. Situs ini sebenarnya hampir sama dengan situs Taman Sari. Bila Taman Sari digunakan sebagai tempat pemandian para raja, situs Warung Boto digunakan oleh sebagai tempat pemandian Kerabat Keraton. Situs Warung Boto ini belum terlalu populer dikalangan wisatawan bahkan untuk masyarakat Kota Yogyakarta.

Sementara potensi budaya tradisi yang ditampilkan adalah Upacara Merti Tuk Umbul. Upacara Merti Tuk Umbul merupakan tradisi yang dilakukan sebelum memasuki bulan puasa yang berasal dari tradisi padusan. Upacara ini merupakan sendratari proses padusan. Semua masyarakat dari anak-anak sampai orang tua terlibat dalam upacara ini.

Kemudian potensi yang ditampilkan selanjutnya adalah potensi UMKM kerajinan bulu domba “William *Handycraft*” dan kerajinan kap lampu. Kerajinan bulu domba “William *Handycraft*” yang memproduksi kursi unik berlapis kulit domba. Hasil kerajinan bulu domba ini sudah dipasarkan hingga ke Jerman dan Amerika. Sementara untuk kerajinan kap lampu memproduksi kap lampu hias. Hasil produksinya sudah dijual sampai ke negara Perancis dan Taiwan. Ditampilkan pula bagaimana cara pembuatan kursi kulit domba dan kap lampu hias dalam episode ini.

Potensi terakhir yang ditampilkan adalah kegiatan warga yaitu Kelompok Tani Wanita Sari Kismo. Kelompok tani ini merupakan perkumpulan pertanian perkotaan yang ada di kampung Warung Boto. Kegiatannya berupa penanaman sayuran, tanaman anggrek, serta masakan olahan.

Kelompok Tani Wanita Sari Kismo sudah berdiri selama 19 tahun dan keunikan yang dimiliki adalah pembibitan dengan menggunakan daun pisang. Kegiatan ini dapat membantu peningkatan ekonomi wanita yang ada di Warung Boto. Sebagai tambahan kegiatan Kelompok Tani Wanita Sari Kismo sering mendapatkan pelatihan dari Dinas-Dinas yang ada di Kota Yogyakarta seperti pelatihan mengenai pemasaran produk dan penanaman dengan teknik *verticultur*. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Warung Boto adalah sebagai berikut :

- 1) Ahmad Zainuri selaku Lurah Warung Boto
- 2) Junjani selaku Takmir Masjid
- 3) Suratmo selaku Anggota Takmir Masjid
- 4) Purnomo selaku Ketua Waro Wisata Warung Boto
- 5) Marlan selaku Pengrajin Kap Lampu
- 6) Wilopo selaku Pengrajin Kulit Domba
- 7) Margona selaku Ketua wanita Tani Sari Kismo
- 8) Ngadiyono selaku Penyuluh Pertanian Disperindagkoptan Kota Yogyakarta

Tabel 3.6

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Warung Boto yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Wisata Kampung Agama
2		Wisata Warung Boto
3		UMKM Kerajinan Bulu Domba “William Handycraft”
4		Merti Tuk Umbul

5		Shalawatan Jawa
---	--	-----------------

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2015

e. Episode Kampung Keparakan

Kampung Keparakan merupakan salah satu kampung yang ada di 45 kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta. Kampung ini termasuk ke dalam Kecamatan Mergansan. Kelurahan Keparakan terletak di sebelah timur pojok beteng wetan atau lebih tepatnya di sebelah timur kecamatan keraton. Kampung ini terdiri dari 13 RW dan 58 RT yang didalamnya terdapat kampung Keparakan Lor, Keparakan Kidul, Kampung Dipowinatan, dan Kampung Pujokusuman.

Potensi kampung yang dipromosikan dalam program acara “Greget Kampung” episode kampung yaitu Keparakan Lor/Kampung Kuliner, Kampung Dipowinatan/Kampung Budaya (*Tedhak Sinthen*), Ndalem Pujokusuman, Yayasan Pamulungan Bekso Sasminto Mardowo, Orkes Kentongan “Suka Reno”, Kampung Keparakan Kidul/Kampung Industri Kerajinan (Sepatu dan Sandal). Kampung Keparakan Lor memang dikenal sebagai kampung kuliner yang memproduksi banyak makanan ringan khas jogja seperti bakpia, sirup, camilan, kripik tempe dan lain-lain. Salah satu potensi yang ditampilkan adalah Bakpia Dhiyat.

Ditampilkan pula bagaimana proses pembuatan bakpia tersebut. Selain itu pula ditampilkan juga bagaimana cara produksi tempe yang ada di kampung tersebut.

Potensi selanjutnya adalah kampung wisata Dipowinatan. Kampung wisata Dipowinatan merupakan kampung wisata pertama yang diresmikan Pemerintah di Kota Yogyakarta. Kampung wisata ini memperkenalkan budaya dan tradisi jawa seperti tari-tarian, kehidupan, musik dan adat istiadat. Kampung wisata Dipowinatan telah banyak dikunjungi oleh wisatawan dalam negeri dan luar negeri.

Kemudian di episode ini juga ditampilkan potensi wisata Ndalem Pujokusuman. Ndalem Pujokusuman merupakan rumah yang dibeli oleh Sri Sultan Hamengku Bowono VIII dan diberikan kepada Gusti Pendowo Harjo Pujokusumo. Rumah ini merupakan markas gerilya Pasukan Hantu Maut. Pasukan Hantu Maut merupakan pasukan yang ditakuti oleh kaum Belanda pada masa penjajahan. Ditampilkan juga kegiatan-kegiatan yang ada di Ndalem Pujokusumo dari Yayasan Pamulungan Bekso Sasminto Mardowo seperti tari-tarian yang diikuti oleh semua umur oleh warga sekitar. Tari-tarian ini sudah tampil di Malaysia, Brazil, Jepang, dan Australia.

Potensi yang dipromosikan lainnya adalah potensi kesenian yang dilakukan oleh Orkes Kentongan “Suka Reno”. Orkes kentongan ini diikuti oleh kaum lansia. Biasanya jika tampil orkes kentongan ini juga berkolaborasi dengan gamelan terbatas seperti gemang, sarung, rijik, gendang, dan gong. Terakhir, potensi yang dipromosikan adalah

kampung kerajinan yang memproduksi kerajinan seperti sandal, sepatu dan lain-lain. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Keparakan adalah sebagai berikut :

- 1) Komaru selaku Lurah Keparakan
- 2) Nyonya Jangkung selaku Ketua RW Keparakan Lor
- 3) Wiparsih selaku Pemilik Usaha Pembuatan Tempe
- 4) Dhiyat selaku Pemilik Usaha Bakpia Dhiyat
- 5) Sigit selaku Koordinator Dipowinatan
- 6) Jatidiningrat selaku Pemilik Ndalem Pujokusuman
- 7) Siti Sutiyah selaku Ketua Umum Yayasan Pamulangan Bekso Saminto Mardawa
- 8) R.Suharjono selaku Ketua Paguyuban Orkes Kentongan Suku Reno
- 9) Jadi selaku Marketing Kerajinan Keparakan
- 10) Yadi selaku Perintis Kampung Kerajinan.

Tabel 3.7

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Keparakan yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Kampung Dipowinatan/Kampung Budaya (<i>Tedhak Sinthen</i>),

2		Bakpia Dhiyat
3		Yayasan Pamulungan Bekso Sasminto Mardowo
4		Ndalem Pujokusuman
5		Produksi Tempe

6		Orkes Kentongan "Suka Reno"
7		Kampung Keparakan Kidul/Kampung Industri Kerajinan (Sepatu dan Sandal)

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2015

f. Episode Kampung Bener & Kricak

Kampung Bener dan Kampung Kricak merupakan dua kampung yang bersebelahan yang terletak di Kecamatan Tegalrejo. Kampung Bener berbatasan langsung dengan Desa Trihanggo, Kelurahan Kricak, Kecamatan Tegalrejo dan Desa Ngetisharjo. Sedangkan kampung Kricak berbatasan dengan Desa Sinduadi, Kelurahan Karang Waru, Kelurahan Bener dan Kelurahan Bumijo.

Potensi yang dipromosikan di kedua kelurahan pada program acara "Greget Kampung" terdiri dari kos-kosan sapi, bank sampah, kerajinan dari limbah sampah, kampung jamu dan warokan. Kosan-kosan sapi merupakan tempat penampungan sapi untuk masyarakat perkotaan. Biasanya jika tinggal diperkotaan akan sulit sekali untuk memelihara dan

menjaga hewan ternak. Jika dibiarkan untuk keluar maka akan mengganggu kenyamanan warga. Maka dari itu kampung Bener melakukan ide untuk membuat kos-kosan sapi yang akhirnya bisa menjadi potensi di kampung ini. Selain itu juga dilaksanakan ternak sapi terpadu.

Sementara itu untuk kampung Kricak, potensi yang dipromosikan adalah Kampung Jamu. Masyarakat yang ada di kampung ini banyak yang memproduksi jamu sebagai sumber pendapatan. Kampung jamu ini sudah banyak dikunjungi oleh para wisatawan.

Potensi lain yang ditampilkan adalah kegiatan warga dalam mengelolah sampah yaitu Bank Sampah. Kegiatan ini sudah cukup baik dilakukan oleh warga di kampung Bener dan Kricak. Terdapat pula kegiatan lanjutan dari pengelolaan sampah ini menjadi berbagai macam kerajinan. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Bener dan Kricak adalah sebagai berikut :

- 1) Agatha Wulandari, Mec.Dev selaku Lurah Kricak
- 2) Inda Ismanto selaku Lurah Bener
- 3) Ketua LPMK Bener
- 4) Ketua Bank Sampah “Salingsih”

Tabel 3.8

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Bener dan Kricak yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Kos-Kosan Sapi
2		Bank Sampah “Salingsih”

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2015

g. Episode Kampung Prawirodirjan

Kampung Prawirodirjan merupakan kampung yang mempunyai letak cukup strategis yang ada di Kota Yogyakarta. Hampir seluruh wilayahnya terletak di dekat wilayah Nol Kilometer Yogyakarta. Sama seperti kampung-kampung yang lainnya, kampung Prawirodirjan juga memiliki banyak potensi. Potensi-potensi yang dipromosikan dalam program acara “Greget Kampung” episode kampung Prawirodirjan antara lain Vihara Budha Prabha atau Klenteng Gondomanan, Mbah Suro Blangkon, Kate Mas *Handycraft*, Lilin Hias “Pensil Terbang”.

Potensi yang dipromosikan pertama adalah potensi wisata atau *heritage* yaitu Vihara Budha Prabha atau lebih dikenal dengan Klenteng

Gondomanan. Klenteng ini sudah berumur 200 tahun yang dibangun oleh Sri Sultan Hamengku Buwono II. Sekarang klenteng ini digunakan sebagai tempat ibadah namun juga terbuka untuk umum.

Kampung Prawirodirjan juga mempunyai potensi UMKM kerajinan Mbah Suro Blangkon. UMKM kerajinan Mbah Suro Blangkon ini salah satu potensi yang berhasil dikembangkan oleh kampung Prawirodirjan yang didukung oleh Pemerintah Kota Yogyakarta terkait program pengetasan kemiskinan. Mbah Suroh Blangkon telah memproduksi banyak blangkon sebagai sumber pendapatan warga. Kegiatan UMKM ini pun telah berjalan sejak tahun 2010.

Kate Mas *Handycraft* merupakan potensi kerajinan yang ada di kampung Prawirodirjan. Kerajinan ini terbuat dari enceng gondok. Industri kerajinan ini sudah berjalan selama 15 tahun dan sudah dipamerkan di kota-kota besar di Indonesia. Kate Mas *Handycraft* telah mengekspor ke berbagai negara seperti Perancis. Produk yang dihasilkan seperti bingkai kaca dan kursi. Pegawainya pun berasal dari warga di kampung Prawirodirjan.

Potensi yang dipromosikan selanjutnya adalah lilin hias “Pensil Terbang”. Produksi yang dihasilkan adalah lilin hias yang berbentuk unik dan lucu seperti coklat, kerucut, itik bahkan hati. Lilin hias “Pensil Terbang” ini sudah berjalan sejak tahun 1997. Potensi yang terakhir adalah kebijakan program kampung seperti PEW dan KUBE. Program PEW dan KUBE ini adalah upaya untuk meningkatkan pendapatan di masyarakat melalui bantuan pendanaan. Masyarakat yang sudah

memiliki usaha kemudian diberikan bantuan dana untuk lebih mengembangkan usahanya lagi. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Prawirodirjan adalah sebagai berikut :

- 1) Suryo Purnomo selaku Ketua Yayasan Sakti Manggala Dharma
- 2) Ekwanto selaku Lurah Prawirodirjan
- 3) Suro Blangkon selaku Pengrajin Blangkon
- 4) Pak Kus selaku Sekretaris TKPK Kota Yogyakarta
- 5) Katri selaku Penerima Bantuan PEW
- 6) Rina selaku Penerima Bantuan KUBE

Tabel 3.9

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Prawirodirjan yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Vihara Budha Prabha atau Klenteng Gondoman

2		<p>“Mbah Suro” Blangkon</p>
3		<p>Lilin Hias “Pensil Terbang”</p>
4		<p>Kate Mas <i>Handycraft</i></p>

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2015

h. Episode Kampung Bausasran

Kampung Bausasran merupakan salah satu kampung yang terletak di Kecamatan Danurejan Kota Yogyakarta. Luas wilayah yang dimiliki oleh kampung Bausasran sekitar 500m². Jumlah penduduk yang ada sekitar 7000 jiwa. Ada banyak sekali potensi yang dipromosikan dalam

program acara “Greget Kampung” pada episode kampung Bausasran seperti Parem Minyak Gosok “Enggal Sehat”, Gapoktan Bausasran atau Kebun Sayur Terpadu “Gemah Ripah”, Kebab Kawe Indonesia, Laskar Berlian (Kebersihan Lingkungan Anti Nyamuk), LKMA (Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis), UMKM *Jiro Production*.

Parem minyak gosok “Enggal Sehat” merupakan potensi di bidang usaha yang menghasilkan beberapa varian minyak gosok. Proses produksinya pun sudah dimulai pada tahun 2000. Bahan baku pembuatan minyak gosok ini pun terbuat dari tujuh ramuan yang terdiri dari bahan-bahan herbal yang berkualitas. Parem minyak gosok ini sudah disebarakan ke seluruh Kota Yogyakarta.

Kemudian potensi selanjutnya adalah Gapoktan Bausasran dan Kebab Kawe Indonesia. Gapoktan Bausasran ini merupakan gabungan kelompok pertanian yang ada di kampung Bausasran. Gapoktan ini menanam berbagai macam sayuran yang hasil produksinya digunakan untuk mendukung produksi Kebab Kawe Indonesia. Semua bahan pembuatan kebab ini menggunakan bahan-bahan bersertifikat aman dari BPOM.

Laskar Berlian adalah Laskar Kebersihan Lingkungan Anti Nyamuk, adalah kegiatan yang dilakukan oleh anak-anak untuk memberikan kesadaran pada masyarakat dan orang tua di kampung Bausasran tentang kesadaran kebersihan agar terhindar dari nyamuk berbahaya. Laskar Berlian dibentuk karena tingginya kasus demam berdarah. Kegiatan ini sudah berjalan selama empat tahun.

Selain itu kegiatan masyarakat yang ditampilkan pada episode ini adalah LKMA yaitu kependekan dari Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis yang juga dikembangkan oleh Gapoktan Bausasran. Lembaga keuangan ini bertujuan untuk mengembangkan keuangan anggota. Keberadaan LKMA ini bisa membantu perekonomian masyarakat di Bausasran.

Potensi terakhir yang dipromosikan adalah UMKM *Jiro Production*. UMKM *Jiro Production* memproduksi kerajinan yang berasal dari limbah. Kegiatan ini sudah berjalan sejak tahun 2006. Hasil dari produksi ini seperti bingkai foto, rak, kartu ucapan, tas kecil, memo dan lain-lain. Produksi dari UMKM *Jiro Production* ini sudah dipasarkan hingga ke seluruh Indonesia. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Bausasran adalah sebagai berikut :

- 1) Trisno selaku Pemilik Parem Minyak Enggal Sehat
- 2) Pemilik Kebab Kawe Indonesia
- 3) Kartiko Utomo, B.Sc selaku Lurah Bausasran
- 4) Budi Santosa selaku Camat Bausasran
- 5) Winaryati, S.Si selaku Sekretaris Gapoktan Bausasran
- 6) Moh. Esperanza selaku Ketua Gapoktan Bausasran
- 7) Ir.Benny Norhantoro selaku Kabid Pertanian
Disperindagkoptan Kota Yogyakarta

Tabel 3.10.

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Bausasran yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		<p>Parem Minyak Gosok “Enggal Sehat”</p>
2		<p>Hasil Produksi “Jiro Production”</p>
3		<p>Kebab Kawe Indonesia</p>

4		Gapoktan Bausasran
5		Laskar Berlian (Laskar Kebersihan Lingkungan Anti Nyamuk)
6		LKMA (Lembaga Keuangan Mikro Agrobisnis)

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2015

i. Episode Kampung Ngampilan

Kampung Ngampilan merupakan salah satu kampung yang ada di Kota Yogyakarta. Kampung Ngampilan sendiri terletak di Kecamatan

Ngampilan. Kampung ini berbatasan langsung dengan Kecamatan Gedongtengen, Kecamatan Gondomanan serta Kecamatan Wirobrajan.

Potensi-potensi kampung yang dipromosikan di dalam program acara “Greget Kampung” dalam episode kampung Ngampilan ini adalah Kampung Bakpia (Paguyuban Laris Manis), Kampung Ramah Anak, Pasar Senen, Oseng-Oseng Mercon dan *Nyadran*.

Kampung Ngampilan memang terkenal dengan sentra kampung bakpia. Banyak sekali para pelaku usaha bakpia di kampung ini. Salah satu yang mewadahi produksi bakpia yang ada di kampung ini adalah Paguyuban Laris Manis. Kemudian potensi selanjutnya adalah Pasar Senen. Pasar Senen merupakan pasar yang cukup unik karena tidak menempati bangunan pasar pada umumnya. Pasar ini berada di gang-gang sempit yang ada di sekitar kampung Ngampilan.

Nyadran merupakan ungkapan perasaan yang menganut refleksi sosial dan keagamaan. Kegiatan *nyadran* ini biasanya dilakukan sebelum menjelang bulan ramadhan. *Nyadran* merupakan sebuah ritual yang mencampurkan budaya lokal dan nilai-nilai islam yang masih kental. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Bausasran adalah sebagai berikut :

- 1) Taokhid S.IP selaku Lurah Ngampilan
- 2) Ahmad Ridwan selaku Ketua Paguyuban Laris Manis

Tabel 3.11.

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Ngampilan yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Kegiatan Bank Sampah
2		Kesenian Jawa

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2015

j. Episode Kampung Pakualaman

Kampung Pakualaman merupakan salah satu kampung yang ada di Kota Yogyakarta. Kampung Pakualaman juga memiliki banyak kegiatan dan potensi-potensi di dalamnya. Kegiatan dan potensi-potensi yang dipromosikan dalam program acara “Greget Kampung” seperti Kerajinan Kuningan, Ayam Bacem Goreng “CO-DE”, Pengelolaan Limbah Sampah, Enting-Enting Gepuk “Cap Macan Leopard”, Alun-Alun Puro Pakualaman, Rujak Es Krim, SD Berbudaya, Tari Serimpi, dan Jamu Jingga.

Kerajinan kuningan yang ada di kampung Pakualaman merupakan kerajinan yang sudah berjalan selama empat generasi. Kerajinan ini

memproduksi miniatur dari benda-benda yang sudah jarang ada di Kota Yogyakarta seperti andong, kalung sapi, dan miniatur-miniatur transportasi. Hasil produksinya pun sudah dipasarkan di Sumatera, Jawa, Bali bahkan luar negeri.

Kemudian ditampilkan pula aktivitas dan kegiatan warga berupa kegiatan PAUD dan pengelolaan limbah sampah. Pengelolaan limbah sampah ini diolah menjadi kerajinan tangan yang tujuannya untuk mengurangi limbah sampah plastik yang ada. Kegiatan ini diikuti mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

Selanjutnya yang ditampilkan adalah potensi kuliner yaitu ayam bacem goreng bacem “CO-DE”. Keunikan yang dimiliki oleh potensi kuliner ini adalah citra rasa bacem yang dicampurkan dengan ayam goreng. Semua karyawan yang ada di sini berasal dari kampung pakualaman. Ditampilkan pula bagaimana proses pembuatan ayam goreng bacem “CO-DE” pada episode ini.

Enting-enting gepuk merupakan makanan ringan yang juga merupakan oleh-oleh khas dari Kota Yogyakarta. Tidak banyak yang tahu bahwa enting-enting gepuk merupakan khas dari Pakualaman. Enting-enting gepuk yang dipromosikan dalam episode ini adalah enting-enting gepuk “Cap Leopard Macan” yang sudah diproduksi selama tiga generasi. Tenaga produksinya pun memberdayakan warga sekitar kampung Pakualaman.

Kampung Pakualaman sendiri mempunyai Sekolah Dasar Berbudaya. Sekolah Dasar Berbudaya diartikan sebagai sekolah yang

memasukkan unsur-unsur budaya dalam setiap kegiatan pembelajarannya. Hal ini juga didukung oleh lokasi dari sekolah tersebut yang berada di kawasan kampung Pakualaman. Kegiatan yang paling menonjol dalam sekolah ini adalah panahan. Potensi yang terakhir dipromosikan dalam episode ini adalah kegiatan tari dan jamu jinggang. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Pakualaman adalah sebagai berikut :

- 1) Ameng selaku Anggota Kelurahan Pakualaman
- 2) Tyas selaku Pemilik Kerajinan Kuningan
- 3) Dwi selaku Ketua Kegiatan Paud
- 4) Ibu Wit
- 5) Narto selaku Karyawan Ayam Goreng Bacem “CO-DE”
- 6) Arif, Tri, dan Rudi selaku Tokoh Masyarakat Pakualaman
- 7) Kepala Sekolah Dasar Puro Pakualaman
- 8) Yahuk selaku Pelati Tari

Tabel 3.12

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Pakualaman yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Kerajinan Kuningan

2		Kerajinan Limbah Sampah
3		Ayam Bacem Goreng "CO-DE"
4		Enting-Enting Gepuk "Cap Macan Leopard"
5		Kegiatan Panahan

6		Jamu Jingga
7		Puro Pakualaman
8		Kegiatan Tari

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2016

k. Episode Kampung Suryodiningratan

Kampung Suryodiningratan merupakan kampung yang berada di Kecamatan Mantrirejon, Yogyakarta. Kampung ini berbatasan langsung dengan Kelurahan Patehan, Kelurahan Mantrirejon, Kecamatan Panggunharjo dan Kelurahan Gedongkiwo. Banyak sekali potensi dan kegiatan yang ada di kampung Suryodiningratan. Potensi-potensi dan kegiatan yang dipromosikan dalam program acara “Greget Kampung” episode kampung Suryodiningratan diantaranya Kacang Bawang “Bu

Suni”, UMKM “Busana Seruni”, Kegiatan Posyandu dan Paud, Program PHBS (Perilaku Hidup Bersih dan Sehat), Taman Bacaan Suryodiningratan, Sanggar Tari Wilogo Apuletan, Kelas Banananana.

Kacang Bawang “Bu Suni” adalah usaha kecil-kecilan di bidang kuliner yang dirintis oleh Ibu Suni. Kacang bawang “Bu Suni” sudah dipasarkan di toko-toko makanan terkenal di Kota Yogyakarta. Para tetangga pun diajak untuk ikut serta membantu usah kecil-kecilan ini.

UMKM “Busana Seruni” merupakan salah satu produksi warga di kampung Suryodiningratan berupa produk busana dari batik jumputan dan kain perca. Hasil dari produksi UMKM “Busana Seruni” telah dipasarkan di Pasar Beringharjo dan dipamerkan di Galeri Batik Nasional. Kegiatan produksi ini pun sedikit demi sedikit dapat membantu perekonomian warga kampung Suryodiningratan.

Kegiatan atau aktivitas yang ditampilkan dalam episode kampung Suryodiningratan adalah program PHBS (Perilaku Hidup Bersih dan Sehat) serta kegiatan Paud dan Posyandu. Program PHBS adalah program di mana setiap rumah mempunyai tempat cuci tangan dan pohon toga. Ini merupakan salah satu cara untuk memulai hidup bersih. Tempat cuci tangan yang ada di depan rumah warga juga terbuka bagi siapapun jika sewaktu-waktu ingin mencuci tangan. Sementara itu juga ditampilkan kegiatan posyandu seperti penimbangan dan pengecekan kesehatan dalam episode ini.

Taman Bacaan Suryodiningratan merupakan perpustakaan yang ada di kampung Suryodiningratan. Taman baca ini dibuka untuk anak-

anak. Masyarakat kampung Suryodiningratan juga terlibat langsung dalam menyukseskan taman baca ini dengan memberikan sumbangan terhadap taman baca tersebut.

Sanggar Tari Wilogo Apuletan merupakan salah satu kegiatan atau aktivitas yang ada di kampung Suryodiningratan. Sanggar tari ini mengajarkan semua kalangan dari anak-anak sampai ibu-ibu untuk belajar tarian-tarian warisan. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk menjaga kesenian Jawa agar tetap lestari. Salah satu tarian yang diajarkan adalah tarian klasik istana. Kegiatan lain yang dilakukan adalah Kelas Bananana. Kelas Bananana merupakan kelas belajar yang dilakukan dengan aktivitas yang menarik. Seperti belajar bahasa Inggris untuk anak-anak melalui menonton televisi, pengembangan diri, *problem solving* yang dibantu oleh Bule asli Australia yang sudah tinggal di wilayah kampung Suryodiningratan.

Potensi dan kegiatan yang dipromosikan dalam episode ini adalah kegiatan pengelolaan limbah sampah, prestasi kampung dan PKBM menjadi barang unik yang berguna seperti dari limbah tempurung kelapa, plastik dan kain. PKBM merupakan kependekan dari Program Kesetaraan Belajar Mengajar bagi warga tidak mampu. Kegiatan seperti ini seperti kegiatan sekolah, selain program kesetaraan dalam PKBM ini juga mengajarkan keterampilan sebagai bekal kehidupan di masa datang. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam program ini adalah sebagai berikut :

- 1) Ibu Lurah Suryodiningratan

- 2) Ibu Suni selaku Pemilik Kacang Bawang “Bu Suni”
- 3) Harjono selaku Ketua RW 13 Suryodiningratan
- 4) Fatma selaku Pengurus Posyandu
- 5) Ibu Ning selaku Pimpinan Taman Bacaan Suryodiningratan
- 6) Eyang tri selaku Pelatih Sanggar Tari Wilogo Apuletan
- 7) Ari dan Eko selaku Pengurus PKBM

Tabel 3.13.

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Suryodiningratan yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Kacang Bawang “Bu Suni”
2		UMKM “Busana Seruni”

3		Taman Bacaan Suryodiningratan
4		Kerajinan Limbah Sampah
5		Sanggar Tari Wilogo Apuletan
6		Kelas Bananana



Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2016

1. Episode Kampung Ketandan

Kampung Ketandan merupakan salah satu kampung yang berada di Kelurahan Ngupasan, Yogyakarta. Kampung ini terkenal dikenal dengan kawasan pecinan yang ada disana. Akulturasi budaya Jawa dan Tionghoa tampak pada kampung ini. Selain itu banyak potensi dan kegiatan yang ada di kampung Ketandan ini. Potensi yang dipromosikan dalam program acara “Greget Kampung” ini diantaranya Pekan Budaya Tionghoa, dan Makanan Khas Tionghoa.

Pekan Budaya Tionghoa merupakan festival yang diadakan di kampung Ketandan. Festival ini merupakan adalah rangkaian acara untuk memperingati Tahun Baru Imlek. Festival ini sudah berlangsung sejak lama. Pekan Budaya Tionghoa tahun 2016 ini merupakan gelaran yang ke 13. Warga yang terlibat pun tidak hanya masyarakat Tionghoa. Akulturasi budaya Jawa dan Tionghoa khususnya Yogyakarta akan sangat terasa dalam festival ini. Festival ini menampilkan kesenian, kuliner, atraksi khas tionghoa seperti barongsai dan lain-lain. Tidak hanya itu, festival ini juga menampilkan atraksi atau kesenian budaya daerah dari seluruh Indonesia. Mereka mewadahi perkumpulan-

perkumpulan mahasiswa daerah untuk menampilkan kesenian yang dimiliki di daerahnya untuk ditampilkan dalam festival ini.

Selain mengenai Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta, ditampilkan pula bagaimana sejarah kampung ketandan terbentuk yang dipaparkan oleh para sejarawan, sejarah kuliner cakwe dan bolang baling beserta proses pembuatannya. Potensi yang terakhir adalah Prasasti Tionghoa, prasasti ini merupakan bentuk rasa syukur atas terciptanya hubungan yang harmonis antara masyarakat Jawa dengan masyarakat Tionghoa yang ada. Beberapa Narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Ketandan adalah sebagai berikut :

- 1) Erlin Sundari, S.Sos selaku Lurah Ketandan
- 2) Frista selaku Ketua PBTY 2016
- 3) Jimmy Sutanto selaku Ketua Umum PBTY
- 4) Tjundaka Prabawa selaku Ketua RW Kampung Ketandan
- 5) Arif Judianto selaku Pembuat Cakwe dan Bolang Baling
- 6) A.Yuli Siswanto selaku Trah Secodiningrat
- 7) KRT Jatiningrat selaku Penhageng Dwarapura Kraton Yogyakarta

Tabel 3.14.

Gambar Potensi-Potensi dan Kegiatan di kampung Ketandan yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta
2		Prasasti Tionghoa
3		Proses Pembuatan Cakwe dan Bolang Baling

4		Atraksi Barongsai
---	--	-------------------

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2016

m. Episode Kampung Panembahan

Kampung Panembahan adalah kampung yang terletak di Kecamatan Kraton, Yogyakarta. Banyak sekali potensi dan kegiatan yang ada di dalam kampung ini. Potensi dan kegiatan aktivitas yang dipromosikan pada episode Kampung Panembahan seperti Enggrang Modern, Batik Jumputan, Batik Campuran “Namburan”, Pertanian Perkotaan, Gudeg Wijilan “Bu Lies dan Hj .Rini”, Paguyuban Macapatan dan Paguyuban Jemparengan.

Enggrang modern merupakan kegiatan warga dalam melestarikan budaya yang ada. Enggrang modern adalah enggrang yang sudah dimodifikasi dan disesuaikan dengan zaman sekarang. Bahan baku pembuatan enggrang modern bukanlah bambu melainkan besi. Salah satu penggiat enggrang modern pernah menggunakan enggrang modern untuk pergi dari Jogja ke Jakarta. Selain itu anak-anak juga bisa bergabung dengan kegiatan ini, karena tersedia juga enggrang modern untuk anak-anak.

Kemudian potensi yang dipromosikan selanjutnya adalah batik jumputan dan batik campuran di Kampung Panembahan. Batik jumputan di kampung Panembahan mempunyai motif khas yaitu motif tritik dan motif semol. Salah satu warga disini sudah memiliki merek dagang sendiri yaitu “Batik Pesindenan” yang bisa menembus pasar hingga Makassar dan Jakarta. Produksi batik jumputan ini dapat meningkatkan ekonomi masyarakat yang ada di kampung Panembahan. Sementara untuk batik campuran merupakan perpaduan antara batik tulis dan batik lukis. Pencampuran motif ini ditujukan untuk kaum muda supaya bangga dan mau menggunakan batik. Produksi batik campuran ini dikerjakan oleh anak-anak muda di kampung Panembahan.

Ada pula kegiatan masyarakat yaitu Gapoktan Panembahan. Gapoktan ini menanam tanaman hias sebagai tanaman andalan. Mereka memanfaatkan lahan di perkotaan yang sempit dengan menggunakan pot sebagai media tanam. Potensi selanjutnya adalah potensi kuliner yaitu Gudeg Wijilan Ibu Lies dan Hj.Rini. Sentra gudeg ini memang menjadi andalan di kampung Panembahan. Sentra gudeg ini terbentuk semenjak adanya inovasi baru yaitu gudeg kering yang bisa dibawa kemana saja dengan waktu tahan makanan yang cukup lama.

Potensi yang ditampilkan terakhir adalah Paguyuban Macapatan dan Paguyuban Jemparengan Bangunastro. Paguyuban Macapatan merupakan kegiatan untuk melestarikan tradisi dan budaya Jawa. Kegiatan ini diikuti oleh warga kampung Panembahan yang sebagian besar terdiri dari bapak-bapak dan ibu-ibu. Sementara untuk Paguyuban

Jemparengan Bangunastro adalah kegiatan olahraga panahan dengan melestarikan budaya jawa yaitu pakaian adat. Setiap melakukan kegiatan panahan anggota wajib menggunakan pakaian adat minimal blangkon dan kain carik. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Pakualaman adalah sebagai berikut :

- 1) Drs. Hayanto selaku Lurah Panembahan
- 2) Yudi selaku Penggiat Enggrang Modern
- 3) Ibu-Ibu Pengrajin Batik Jumputan
- 4) Anto dan Andi selaku Pengrajin Batik Campuran
- 5) Tono selaku Ketua Paguyuban Macapatan
- 6) Muhammad selaku Ketua Gapoktan Panembahan
- 7) Ibu Lies dan Hj.Rini selaku Pemilik Gudeg Wijilan
- 8) Tri selaku Ketua Paguyuban Jemparengan Bangunastro

Tabel 3.15.

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Panembahan yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Kegiatan Enggrang Modern

2		Batik Jumputan
3		Batik Campuran "Namburan"
4		Gapoktan Panembahan
5		Paguyuban Macapatan

6		Gudeg Wijilan "Ibu Lies dan Hj.Rini"
7		Paguyuban Jemparengan Bangunastro

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2016

n. Episode Kampung Purbayan

Kampung Purbayan adalah salah satu kampung yang terletak di Kecamatan Kota Gede, Yogyakarta. Kampung ini berbatasan langsung dengan Desa Banguntapan, Desa Wirokerten, Desa Singosaren, dan Desa Jagalan. Banyak sekali potensi dan kegiatan yang ada di Kampung Purbayan. Potensi dan kegiatan yang dipromosikan dalam program acara "Greget Kampung" seperti Kerajinan Perak, Kerajinan Tanduk, Makam Kiai Gedong, Tradisi Ruwah (Pembuatan Apem Rucih), Ndalem Batik, Sekarseno Batik, Kerajinan Kuningan, dan Kegiatan TPQ.

Kerajinan perak dan kerajinan kuningan merupakan salah satu potensi yang menjadi andalan di kampung Purbayan. Banyak warga di kampung ini yang menjadi pengrajin kerajinan perak dan kuningan. Tak

sedikit dari mereka juga menjadikan kegiatan ini sebagai mata pencaharian. Selain untuk mencari rezeki, produksi kerajinan ini juga sebagai upaya pelestarian kebudayaan di kampung Purbayan.

Kerajinan tanduk merupakan kerajinan yang sudah jarang sekali ada di Kota Yogyakarta. Kerajinan tanduk yang ada di kampung Purbayan ini merupakan satu-satunya yang masih tersisa di Kota Yogyakarta. Sangat sedikit sekali anak muda yang ingin melanjutkan kerajinan tanduk ini. Hasil dari produksi kerajinan tanduk ini berupa sisir, sendok nasi, bingkai kaca, kerokan badan dan lain-lain.

Kemudian potensi yang ditampilkan dalam episode kampung Purbayan adalah potensi budaya, yaitu tradisi ruwah atau pembuatan apem rucih. Tradisi ini merupakan tradisi yang tetap di jaga di kampung Purbayan. Tradisi ini adalah kegiatan membuat apem secara gotong royong dari pagi hingga sore yang kemudian hasilnya dimakan dan dibagi-bagikan bersama untuk warga. Selain itu ada pula rumah yang disebut *Between Two Gate*. Rumah ini merupakan rumah khas yang ada di kampung Purbayan. Rumah ini ditemukan oleh peneliti dari Universitas Gajah Mada. Ada pula Kegiatan TPQ yang ditampilkan dalam episode di kampung ini.

Potensi terakhir yang dipromosikan adalah produksi Ndalem Batik dan Sekarseno Batik. Ndalem Batik sendiri mempunyai motif khas yaitu motif daun beringin. Produksi Ndalem Batik dan Sekarseno Batik ini sedikit banyaknya dapat membantu perekonomian yang masyarakat yang

ada di kampung Purbayan. Beberapa narasumber yang ditampilkan dalam episode kampung Purbayan adalah sebagai berikut :

- 1) Wari Sumarmoto selaku Lurah Kampung Purbayan
- 2) Edi selaku Ketua RW 06
- 3) Harto selaku Pengrajin Kerajinan Tanduk
- 4) Warga Kampung Purbayan

Tabel 3.16

Gambar Potensi dan Kegiatan di Kampung Purbayan yang Dipromosikan pada Program Acara “Greget Kampung”

NO	GAMBAR POTENSI	KETERANGAN
1		Kerajinan Perak
2		Kerajinan Tanduk

3		Ndalem Batik
4		Sekarseno Batik
5		Makam Kiai Gedong
6		Tradisi Apeman

7		Between Two Gate
---	--	------------------

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2016

2. Aktivitas Promosi Program Acara “Greget Kampung”

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, aktivitas dan kegiatan yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempromosikan potensi kampung melalui program acara “Greget Kampung” dengan menggunakan beberapa media promosi seperti :

a. *Word of mouth*

Upaya untuk mempromosikan program acara “Greget Kampung” dimulai dengan langkah yang paling sederhana yaitu promosi secara langsung dari mulut ke mulut. Saat proses produksi biasanya masyarakat yang terlibat atau menonton kegiatan produksi banyak bertanya mengenai jadwal penayangan program acara “Greget Kampung”. Hal ini dimanfaatkan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta untuk langsung mempromosikan program acara “Greget Kampung” kepada masyarakat. Kemudian biasanya mereka yang terlibat dalam proses syuting pun akan dengan senang hati mempromosikan kepada teman-temannya untuk menonton program acara “Greget Kampung”. Mereka menyebarkan informasi kepada satu sama lain terkait jadwal penayangan tersebut.

Hasil wawancara dengan Bapak Ignatius Tri Hastono selaku Kepala Humas Pemerintah Kota Yogyakarta pada 23 Desember 2016,

“Kegiatan promosi yang pertama adalah promosi secara langsung. Ketika acara tersebut diproduksi di kampung, masyarakat akan bertanya-tanya, itu akan disiarkan di televisi mana. Karena itu dibuat di kampungnya maka mereka akan memiliki ketertarikan yang tinggi, termasuk juga dengan orang-orang yang menjadi narasumber. Mereka biasanya memamerkan itu dan mengajak orang lain untuk menonton. Yang kedua adalah media *SMS Broadcast*, kita kirim *SMS Broadcast* tersebut di satu kelurahan atau kecamatan. Dalam upaya mengingatkan dan menambah intensitas promosi. Yang ketiga, karena ini disiarkan di media televisi. Biasanya pasti ada iklan program tersebut di televisi tersebut, itu kan juga dalam bentuk promosi stasiun televisinya”.

Kegiatan promosi secara *word of mouth* pada masyarakat selaras dengan apa yang disampaikan dengan masyarakat yang menonton program acara “Greget Kampung”. Hasil wawancara dengan Ibu Karyanti tanggal 27 Desember 2016 selaku masyarakat umum yang menonton program acara “Greget Kampung”,

“Kalo mengetahui program ini karena kemaren kan syuting di sini humas memberi tahu kapan program ini tayang, selain itu juga dapat info dari pertemuan yang ada di kelurahan”

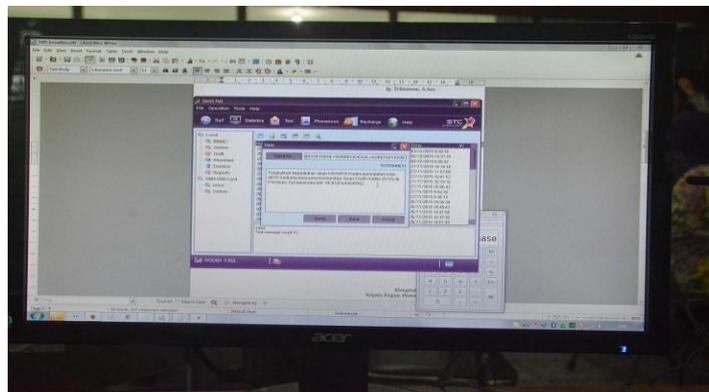
Selain kepada masyarakat Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga melakukan promosi *word of mouth* di kalangan pejabat kampung. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dengan promosi *mouth to mouth* percaya bahwa kekuatan informasi yang dilakukan secara langsung dapat meningkatkan penonton yang menonton program acara “Greget Kampung”.

b. *SMS Broadcast*

Ketika program acara “Greget Kampung” hendak ditayangkan di televisi, Humas Pemerintah Kota Yogyakarta akan melakukan promosi melalui *SMS Broadcast*. Humas yang memiliki data mengenai nomor-nomor penduduk yang ada di suatu kampung, kemudian mengirim *SMS Broadcast* tersebut. *SMS Broadcast* ini biasanya dikirim kepada satu kampung yang potensi kampungnya akan ditampilkan pada episode itu. Selain itu Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga mengirimkan *SMS Broadcast* tersebut ke kampung-kampung lain. *SMS Broadcast* ini juga digunakan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta sebagai penarik penonton dan pengingat jadwal penayangan.

Gambar 3.3

Contoh Tampilan *SMS Broadcast*



Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2016

Gambar 3.4

Contoh Pesan dalam *SMS Broadcast*

NOVEMBER	
19	Greget Kampung adalah semangat kita..Saksikan acaranya di Jogja TV, 19 November 2015 jam 17.00 (PemkotYK)

Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2016

c. Pertemuan-Pertemuan

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta berupaya untuk mempromosikan apa saja kegiatan yang mereka lakukan semaksimal mungkin. Ketika rapat dengan para pimpinan kampung, humas terkadang juga mempromosikan program acara “Greget Kampung” agar ditonton oleh Pejabat Pemerintah Kota Yogyakarta. Harapannya pejabat pemerintah nantinya menginformasikan lagi kepada staf atau anggota sehingga program acara “Greget Kampung” bisa ditonton oleh banyak penonton.

d. Televisi

Program acara “Greget Kampung” juga memperhatikan khalayak sebagai sasaran penonton dalam program ini. Bekerja sama dengan Jogja TV sebagai lembaga penyiaran, Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga melakukan promosi melalui media televisi. Biasanya sebelum penayangan program tersebut ada cuplikan mengenai program acara ini dan karena ini disiarkan melalui Jogja TV maka ini juga merupakan bagian dari program acara yang ada di Jogja TV. Melalui lembaga

penyiaran ini diharapkan banyak masyarakat atau penonton yang menonton program acara “Greget Kampung”.

e. Media Info Kota

Media info kota merupakan surat kabar internal yang dikelola oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Media info kota digunakan untuk menyebarkan informasi yang ada di kalangan Pemerintah Kota Yogyakarta. Media info kota ini disebarakan kepada seluruh SKPD yang ada di Kota Yogyakarta. Terbit sebanyak enam kali dalam setahun. Melalui media info kota ini dapat menyasar khalayak internal Humas Pemerintah Kota Yogyakarta serta SKPD-SKPD yang ada di Pemerintah Kota Yogyakarta.

Gambar 3.5

Contoh Media Info Kota



Sumber : Dokumentasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta Tahun 2016

f. Media Sosial

Penggunaan media sosial sebagai salah satu promosi juga dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Media sosial yang

digunakan adalah melalui *WhatsApp*. Biasanya Humas Pemerintah Kota Yogyakarta menyebarkan informasi menggunakan media grup *WhatsApp* yang berisi pimpinan-pimpinan kampung. Harapannya pimpinan kampung tersebut menyebarkan kembali informasi mengenai program acara “Greget Kampung” serta jadwal penayangan kepada masyarakat yang ada di kampungnya. Kegiatan promosi ini selaras dengan apa yang disampaikan oleh Ibu Erlin Sundari tanggal 27 Desember 2016 selaku Lurah Ngupasan,

“Humas biasanya melakukan promosi dengan menginformasikan program acara “Greget Kampung” ini di media sosial pada grup *WhatsApp*. Sekarang kan sudah praktis dengan media sosial kita sudah bisa mendapat informasi. Grup *WhatsApp* tersebut berisi pimpinan kampung dan SKPD-SKPD yang ada di Kota Yogyakarta yang nanti kita teruskan kepada masyarakat.”

Tabel 3.17

Aktivitas Promosi Program Acara “Greget Kampung” pada Tahun 2015-2016

NO	AKTIVITAS PROMOSI	JUMLAH PELAKSANAAN	SASARAN	KETERANGAN
1	<i>Word of Mouth</i> a. Melalui rapat koordinasi serta pertemuan-pertemuan b. kegiatan produksi	28 Kali 5 Kali	Ditujukan kepada pimpinan kampung, serta masyarakat yang potensinya dipromosikan.	Dilaksanakan dengan total sebanyak 33 kali.
2	Televisi	20 Kali	Ditujukan untuk	Dilaksanakan

			semua kalangan dari masyarakat umum hingga wisatawan.	sebulan sekali yaitu tayang di Jogja TV mulai dari bulan Maret-Desember setiap tahunnya.
3	<i>SMS Broadcast</i>	20 Kali	Ditujukan untuk masyarakat yang potensinya dipromosikan dan masyarakat umum.	Dilaksanakan sehari sebelum penayangan program “Greget Kampung” di televisi.
4	Media Info Kota	12 Kali	Ditujukan untuk internal humas dan Pemerintah Kota Yogyakarta seperti SKPD-SKPD terkait.	Diterbitkan 6 kali dalam satu tahun.
5	Media Sosial (<i>WhatsApp</i>)	20 Kali	Ditujukan untuk pimpinan kampung atau kelurahan di Kota	Dilaksanakan sehari sebelum penayangan program “Greget Kampung” di

			Yogyakarta.	televisi.
--	--	--	-------------	-----------

Sumber : Wawancara dengan Kasubag Promosi dan Publikasi Humas Pemerintah

Kota Yogyakarta

Aktivitas promosi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta masih belum efektif. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta masih sedikit menggunakan media publikasi sebagai sarana untuk kegiatan promosi dan publikasi program acara “Greget Kampung”. Meskipun Humas Pemerintah Kota Yogyakarta telah menyesuaikan media promosi yang digunakan dengan target sasaran. Masih terdapat kekurangan misalnya penayangan program “Greget Kampung” yang hanya ditayangkan satu kali dalam sebulan belum mampu memberikan informasi yang cukup untuk masyarakat serta pemilihan stasiun televisi serta jam tayang pun masih harus dipertimbangkan.

3. Tanggapan dari Pimpinan Kampung, Masyarakat Umum dan Masyarakat yang Dipromosikan Potensinya Mengenai Program Acara “Greget Kampung”

Salah satu bukti untuk menunjukkan bahwa Humas Pemerintah telah melakukan promosi potensi kampung melalui program acara “Greget Kampung” maka kita perlu adanya riset dan tanggapan dari pimpinan kampung, masyarakat umum yang menonton program acara ini serta masyarakat yang potensinya dipromosikan dalam program acara “Greget Kampung”.

Pimpinan kampung yang diwakilkan oleh Ibu Lurah berpendapat, program ini sangat efektif untuk mengangkat potensi yang ada di

masyarakat, karena di Kota Yogyakarta ini banyak sekali potensi-potensi yang bisa diangkat, bisa menumbuhkan minat untuk tahu dan datang ke Yogyakarta. Serta berharap program ini akan terus ada ke depannya. Seperti yang dikatan oleh Ibu Erlin Sundari selaku Lurah Ngupasan dalam wawancara tanggal 27 Desember 2016 :

“Dengan adanya program “Greget Kampung” yang bekerja sama dengan Jogja TV bisa mengangkat potensi yang ada di Kelurahan Ngupasan serta kampung-kampung lain yang ada di Kota Yogyakarta yang di mulai pada tahun 2015. Apa yang selama ini cuman ada di wilayah dan sedikit yang mengetahui dengan adanya prakarsa humas untuk memperkenalkan potensi kampung tersebut bisa lebih mengenalkan potensi tersebut. Bisa mengenalkan budaya, meningkatkan pariwisata dan ekonomi masyarakat, serta bisa menambah minat orang untuk mengetahui dan datang di Kota Yogyakarta khususnya Kelurahan Ngupasan”.

Masyarakat berpendapat bahwa program yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta ini sangat bagus. Melalui program ini masyarakat bisa mendapatkan banyak informasi mengenai potensi-potensi kampung yang dimiliki setiap kampungnya. Berikut pernyataan dari masyarakat yang menonton program acara “Greget Kampung” :

“Program Greget Kampung ini sangat bagus karena kita bisa mendapatkan informasi dan pengetahuan yang banyak. Isinya kan macam-macam. Selain itu kita bisa mengetahui keunikan-keunikan kampung yang ada di Kota Yogyakarta (wawancara dengan Ibu Karyanti, tanggal 27 Desember 2016 selaku masyarakat umum).”

Selain dari masyarakat yang menonton program acara “Greget Kampung” kita perlu menunjukkan riset tanggapan dari masyarakat yang dipromosikan potensinya. Masyarakat yang diangkat potensinya mengungkapkan bahwa mereka merasa senang dengan adanya program acara “Greget Kampung” dapat membantu masyarakat dalam

menunjukkan dan memperkenalkan potensi mereka. Hal ini seperti yang dikatakan informan dalam wawancara :

“Kami senang sekali dengan adanya program ini, bisa membantu mempromosikan apa yang kami punya, program ini juga kami rasakan efektif untuk mempromosikan potensi-potensi yang ada di kampung-kampung, selain itu kan juga terjadi peningkatan penjualan (wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni Sugianto tanggal 3 Januari 2017)”.

Pendapat dari pimpinan kampung, masyarakat umum dan masyarakat yang dipromosikan potensinya menunjukkan tanggapan-tanggapan yang positif. Masyarakat senang dengan adanya program acara “Greget Kampung”. Mereka berharap semoga program ini dapat terus dijalankan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta guna memfasilitasi kegiatan promosi.

4. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Mempromosikan Potensi Kampung Melalui Program Acara “Greget Kampung”

Aktivitas promosi potensi kampung melalui program acara “Greget Kampung” pasti tidak selalu berjalan sesuai dengan rencana. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta pun memiliki faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan program tersebut. Faktor pendukung program ini berasal dari internal dan eksternal. Faktor pendukung yang berasal dari internal adalah terbukanya staf dari Humas Pemerintah Kota Yogyakarta ini terhadap masukan-masukan dari luar demi kebaikan program ini. Sehingga ketika ada masukan dapat dipertimbangkan untuk kemudian hari.

Sedangkan untuk faktor pendukung dari eksternal yaitu masyarakat yang sangat antusias terhadap program acara “Greget Kampung”. Masyarakat langsung menerima ajakan kerja sama yang ditawarkan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta sehingga memudahkan dalam proses produksi. Selain itu peran yang baik dari pimpinan kampung sebagai fasilitator dari Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dan pemilik potensi. Faktor eksternal lainnya adalah kondisi Kota Yogyakarta sendiri yang dipenuhi oleh para penggiat industri kreatif sehingga sangat membantu Humas Pemerintah Kota Yogyakarta, relasi yang dimiliki dengan para penggiat industri kreatif ini juga membantu dalam proses produksi.

“Faktor pendukungnya masyarakat sangat antusias, begitu mereka kita ajak mereka langsung mau bekerja sama yang memudahkan dalam proses syuting, akomodasi kita tercukupi, serta kita mempunyai teman-teman produksi yang mau diajak *sharing* terkait program tersebut (wawancara tanggal 22 Desember 2016 dengan Ibu Tutiek Susiatun selaku Kasubag Promosi dan Publikasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta)”.

“Kalau faktor pendukung dari internal adalah sifat dari staf Humas Pemkot Yogyakarta ini mempunyai kemampuan untuk membuka diri atas masukan-masukan dari luar. Sedangkan dari eksternal kita diuntungkan dengan Jogja yang merupakan pusatnya industri kreatif, produksi seperti ini harus didukung kemampuan industri kreatif ini. Kami mempunyai relasi yang cukup baik dengan pelaku kreatif tersebut. Hubungan ini tidak hanya sebagai klien dan produser, sehingga dalam segala aspek produksi sangat dibantu dengan hubungan internal yang cukup dekat tersebut (wawancara tanggal 23 Desember 2016 dengan Bapak Ignatius Trihastono selaku Kepala Humas Pemerintah Kota Yogyakarta)”.

Kedua hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa faktor pendukung yang dimiliki Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah masyarakat yang antusias terhadap program acara “Greget Kampung”, sifat keterbukaan staf Humas Pemerintah Kota Yogyakarta untuk

menerima masukan terkait dengan program, serta relasi yang cukup baik dengan para penggiat industri kreatif. Kemudian faktor pendukung yang terakhir adalah peran pimpinan kampung sebagai fasilitator hubungan antara Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dengan pemilik potensi.

Selain faktor pendukung, Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga menemukan faktor penghambat dalam kegiatan promosi potensi kampung melalui program acara “Greget Kampung” ini. Faktor penghambat yang ditemukan adalah keterbatasan dana. Keterbatasan dana ini yang mengakibatkan penurunan kuantitas episode yang diproduksi pada tahun 2016. Jika pada tahun 2015 ada sembilan episode yang diproduksi, namun pada tahun 2016 hanya menghasilkan lima episode saja. Keterbatasan dana inilah yang membuat humas belum bisa banyak mempromosikan potensi kampung-kampung yang ada dan belum bisa mencapai titik ideal yang diharapkan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam menyampaikan informasi.

Kemudian faktor penghambat lainnya adalah masalah koordinasi dengan wilayah atau pemilik potensi. Ketika Humas Pemerintah Kota Yogyakarta sudah mengetahui potensi-potensi yang mau ditampilkan, tetapi pernah menemukan bahwa potensi tersebut belum mengetahui informasi akan diliput kegiatannya atau tidak tumbuh dengan campur tangan Pemerintah Kota Yogyakarta. Faktor penghambat lainnya adalah survei terhadap program acara “Greget Kampung” yang berkaitan dengan masalah *rating*. Hal ini juga yang dikatakan oleh Ibu Tutiek Susiatun

dalam wawancara tanggal 22 Desember 2016 selaku Kasubag Promosi dan Publikasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta :

“Faktor penghambat dalam program ini lebih kepada penganggaran atau kemampuan dana. Hal itu terjadi karena anggaran kita terbatas sedangkan program yang harus kita promosikan banyak. Kita belum bisa memproduksi banyak potensi kampung karena hal tersebut. Selain itu faktor penghambat lainnya walaupun tidak terlalu besar misalnya masalah koordinasi dengan wilayah, dan masalah survei terhadap program tersebut”.

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan aktivitas promosi potensi kampung melalui program acara “Greget Kampung” juga menemukan kendala, walaupun kendala tersebut masih bisa diatasi oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta .

B. ANALISIS DATA

1. Aktivitas Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam Mempromosikan Potensi Kampung Melalui Program Acara “Greget Kampung”

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta mempunyai visi yaitu “Menjadi lembaga yang mendapat kepercayaan penuh dari masyarakat dan memberikan pelayanan informasi dan mengkomunikasikan kebijakan pemerintah secara terbuka dan bertanggung jawab”. Salah satu aktivitas dan kegiatan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta untuk mencapai visi tersebut adalah dengan meningkatkan kualitas informasi di media massa maupun media lainnya. Salah satu informasi yang disebar oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah mengenai potensi kampung-kampung yang ada di Kota Yogyakarta. Penyebaran informasi tersebut diwujudkan melalui suatu program acara yaitu “Greget Kampung”.

Program Acara “Greget Kampung” merupakan program yang bertujuan untuk menampilkan berbagai macam potensi-potensi yang ada di kampung-kampung di Kota Yogyakarta. Salah satu indikator yang diharapkan adalah masyarakat menjadi lebih mencintai atau memiliki rasa bangga terhadap Kota Yogyakarta serta dapat meningkatkan kunjungan terhadap potensi-potensi yang dimiliki tadi yang berujung pada peningkatan ekonomi yang ada di masyarakat walaupun tujuan utama program ini adalah menyampaikan informasi kepada masyarakat dan publik. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan beberapa aktivitas dan kegiatan untuk mencapai keberhasilan di atas. Aktivitas

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta terkait aktivitas sebelum dan sesudah program acara “Greget Kampung” ditayangkan di televisi maupun aktivitas promosi yang dilakukan untuk meningkatkan penonton pada program acara tersebut.

Adapun Aktivitas Humas Pemerintah Kota Yogyakarta sebelum dan sesudah program acara “Greget Kampung” tayang di televisi. Aktivitas yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta di atas sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Rachmadi (1993:111-114) yaitu sebagai berikut :

a. Pencarian fakta/permasalahan (*Fact Finding*)

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta pada tahap ini mencari atau memilih tema-tema yang krusial untuk ditampilkan. Kemudian tema tadi disesuaikan dengan kesempatan produksi serta potensi-potensi yang ada di kampung-kampung yang akan dipromosikan potensinya. Kegiatan pencarian data mengenai potensi-potensi kampung oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dilakukan dengan dua cara yaitu menggali dan mengumpulkan informasi sendiri serta mengundang para pimpinan kampung dalam rapat untuk mendapatkan informasi-informasi yang berkaitan dengan potensi-potensi yang ada di kampung tersebut.

Tahap pencarian fakta yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta seharusnya perlu mempertimbangkan pula untuk mempromosikan potensi atau kegiatan tersebut jika memang pantas untuk ditampilkan dan dipromosikan walaupun kegiatan atau potensi tersebut tidak didukung atau mendapat uluran tangan dari Pemerintah.

Selama ini Humas Pemerintah Kota Yogyakarta masih mementingkan potensi atau kegiatan yang di dukung oleh Pemerintah Kota Yogyakarta terlebih dahulu untuk ditampilkan dan dipromosikan potensinya.

b. Perencanaan (*Planning*)

Tahap selanjutnya adalah tahap perencanaan (*planning*). Tahap perencanaan adalah salah satu tahap yang cukup penting terkait pelaksanaan program. Supaya menghindari kegagalan perlu perencanaan yang baik mempertimbangkan teknik-teknik komunikasi yang baik pula seperti *sender* atau komunikator, pesan yang disampaikan, media yang digunakan serta kepada siapa pesan itu disampaikan (Rachmadi, 1993:112-113).

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta pada tahap ini melakukan rapat koordinasi dengan para pimpinan kampung, pemilik potensi, SKPD yang terkait dan pihak *Production House* yang menangani proses produksi program acara “Greget Kampung”. Rapat koordinasi ini dilakukan sebanyak 2-3 kali setiap satu episode program acara “Greget Kampung”. Rapat koordinasi ini membahas tentang tema yang nantinya diangkat, potensi-potensi kampung yang dipromosikan, siapa narasumber yang ditampilkan, kemasan tampilannya seperti apa, bagaimana teknis pelaksanaan syuting, jadwal syuting, pembagian waktu dan lain-lain. Hal ini di lakukan guna mencapai harapan yang diinginkan bersama serta pelaksanaan proses produksi yang efektif.

Pelaksanaan tahap perencanaan pada program “Greget Kampung” yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta memperhatikan

aspek-aspek pada tahap perencanaan yang berkaitan dengan komunikator, pesan yang disampaikan, media serta sasaran dalam program ini. Hasilnya dapat dilihat pada *output* program acara “Greget Kampung” serta keselarasan antara hasil dengan isi dokumen yang berkaitan dengan perencanaan.

c. Komunikasi (*Communication*)

Komunikasi yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah terkait dengan hubungan yang dibangun dengan para pimpinan kampung, masyarakat, SKPD yang terkait serta pihak *Production House*. Komunikasi yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah dengan menyampaikan informasi secara langsung menggunakan komunikasi tatap muka seperti rapat atau pertemuan-pertemuan serta menggunakan telepon untuk menghubungi *stakeholder* secara langsung terkait penyampaian informasi.

Selain itu bentuk yang dilakukan humas dalam penyampaian informasi kepada masyarakat dan *stakeholder* lainnya adalah bagaimana humas mengemas pesan-pesan yang disampaikan oleh narasumber pada program acara “Greget Kampung” sehingga pesan-pesan tersebut dapat menarik penonton yang menonton serta menjaga agar pesan yang disampaikan tetap berada di batasan yang telah ditentukan. Kemudian pesan-pesan atau informasi yang disampaikan tadi dapat meningkatkan citra positif terhadap Kota Yogyakarta sendiri. Bentuk komunikasi lainnya adalah terkait promosi program acara “Greget Kampung” supaya acara tersebut banyak ditonton oleh masyarakat. Selain itu, pada tahap

komunikasi ini peneliti melihat banyak pesan-pesan yang tersirat dalam program acara “Greget Kampung”, pesan-pesan yang disampaikan sudah banyak mengandung pesan-pesan informatif dan persuasif.

d. Evaluasi (*Evaluasi*)

Evaluasi dalam kegiatan humas menurut Lindemann (dalam Iriantara 2013:148) menyebut evaluasi merupakan setiap dan semua penelitian yang dirancang untuk menentukan efektivitas relatif sebuah program, kegiatan atau strategi *Public Relations* dengan mengukur keluaran (*output*) atau dampak (*outcome*) program, kegiatan atau strategi itu berdasarkan sejumlah tujuan (*objective*) yang sudah ditetapkan sebelumnya. Sementara menurut Cutlip dkk (2011:434-435) dalam kegiatan evaluasi dilakukan mulai dari tahapan *input*, *output*, *out take*, dan *outcome* yang dibagi menjadi evaluasi sumatif dan evaluasi formatif. Evaluasi sumatif merupakan yang dilakukan setelah program selesai dijalankan sedangkan evaluasi formatif adalah evaluasi yang dijalankan sebelum dan selama program dijalankan.

Kegiatan evaluasi yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah kegiatan evaluasi terkait pelaksanaan produksi program acara “Greget Kampung” dan *output* dari program acara tersebut. Pelaksanaan produksi terkadang menemui hambatan-hambatan sehingga Humas Pemerintah Kota Yogyakarta perlu melaksanakan evaluasi. Kemudian evaluasi dilaksanakan pada *output* dari program acara “Greget Kampung” yang ditampilkan di televisi terkait misalnya salah satu episode ini kurang mengangkat potensi atau kegiatan

masyarakat sehingga hasilnya belum sesuai oleh kehendak Humas Pemerintah Kota Yogyakarta.

Terdapat perbedaan hasil produksi dari program acara “Greget Kampung” pada tahun 2015 dan 2016 secara visualisasi karena terdapat perbedaan *production house* yang digunakan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta pada tahun 2015 bekerja sama dengan Jogja TV sebagai lembaga penyiaran sekaligus sebagai kru produksi. Sementara pada tahun 2016 Jogja TV hanya sebagai lembaga penyiaran dan yang bertindak sebagai kru produksi adalah PT Wirawa Citra. Sehingga hasil jadi atau *output* yang dihasilkan pun berbeda pula. Perbedaan tim produksi ini merupakan salah satu bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Selain itu perbedaan tim produksi ini juga mengakibatkan perbedaan pada *output* yang dihasilkan. Hasil produksi program acara “Greget Kampung” pada tahun 2016 lebih menarik dan bagus jika dibandingkan pada tahun 2015.

Selain itu peneliti masih menemukan beberapa episode yang hasilnya *outputnya* kurang memuaskan. Misalnya ada banyak informasi yang kurang jelas penyampaiannya karena suara narasumber dalam program tersebut tidak terdengar dengan jelas. Meskipun Humas Pemerintah sudah melakukan pengecekan terhadap *output* program yang dihasilkan sebelum tayang di televisi, tetapi hal seperti ini masih ditemukan. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta harus lebih teliti serta apabila perlu mendampingi pada proses *editing*.

Aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempromosikan potensi kampung melalui program acara "Greget Kampung" belum mampu membantu mempromosikan keunikan, kegiatan, aktivitas dan potensi-potensi yang ada di kampung-kampung Kota Yogyakarta secara baik. Tahapan-tahapan aktivitas yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta masih menemukan kendala-kendala yang perlu menjadi perbaikan. Misalnya pada tahap perencanaan meskipun Humas Pemerintah Kota Yogyakarta sudah mempersiapkan jadwal syuting beserta teknis pelaksanaannya tetapi masih sering melakukan *improvisasi* guna menutupi permasalahan yang terjadi.

Selain itu pada tahap komunikasi masih sering terjadi masalah koordinasi dengan pemilik potensi. Tak jarang pemilik potensi tersebut belum mengetahui bahwa mereka ikut terlibat dalam proses pembuatan program acara "Greget Kampung". Memang untuk beberapa lokasi masalah koordinasi ini berjalan baik tetapi koordinasi yang buruk juga pernah terjadi di salah satu kampung. Hal ini bisa menghambat proses syuting serta proses pembuatan program acara "Greget Kampung". Seharusnya humas lebih meningkatkan serta memperbaiki masalah koordinasi ini.

Kemudian pada tahap evaluasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan kegiatan evaluasi sumatif dan formatif yang dilaksanakan pertiga bulan dan pada akhir tahun. Evaluasi yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta hanya sampai dengan

tahapan *output* atau hasil jadi program acara “Greget Kampung” belum sampai kepada tahapan *outcome* atau dampak yang dihasilkan oleh program acara “Greget Kampung”. Padahal salah satu efek yang diharapkan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah masyarakat mendapatkan informasi tentang potensi dan kegiatan yang ada serta terjadinya peningkatan kunjungan atau pembelian pada potensi-potensi wisata serta kuliner. Jika humas Pemerintah Kota Yogyakarta melakukan evaluasi dampak maka hal ini dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan program acara “Greget Kampung”.

Aktivitas Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempromosikan potensi kampung melalui program acara “Greget Kampung” secara umum mempunyai tugas, peran dan fungsinya sebagai Humas Pemerintah. Tugas yang dilakukan Humas Pemerintah meliputi :

- a. Membina pengertian khalayak atas kebijakan instansinya.

Khalayak yang menjadi sasaran yaitu khalayak *intern* atau karyawan di lingkungan instansinya sendiri. Program acara “Greget Kampung” merupakan hasil pemikiran bersama dan program yang dijalankan bersama, oleh karena itu perlu menjaga hubungan dan kondisi yang baik di khalayak *intern* dan *ekstern*. Khalayak *ekstern* seperti masyarakat kampung yang potensinya ditampilkan, SKPD-SKPD, UMKM, pimpinan kampung, *production house*, Jogja TV dan masyarakat umum.

- b. Menyelenggarakan dokumentasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh instansinya.

Berbagai kegiatan yang berhasil didokumentasikan dan dipromosikan potensinya sudah sebanyak 14 kampung yang ada di Kota Yogyakarta. Selain itu Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga mendokumentasikan kegiatan yang terkait program acara “Greget Kampung” melalui video, serta dokumen lainnya seperti laporan dan notulensi kegiatan.

- c. Memonitor dan mengevaluasi tanggapan dan pendapat umum masyarakat.

Humas harus melakukan komunikasi dan membina hubungan baik dengan masyarakat maupun dengan khalayak yang lain. Kegiatan dialog yang dilakukan oleh humas terkait tanggapan-tanggapan dan pendapat masyarakat terhadap program acara “Greget Kampung” yang merupakan *input* yang berharga bagi instansinya dan bisa digunakan sebagai perbaikan untuk di masa yang akan datang.

- d. Mengumpulkan data dan informasi.

Data dan informasi dapat diperoleh secara aktif dengan mengumpulkan dapat menghubungi pihak atau sumber yang kompeten dan dapat juga dilakukan dengan cara pasif yakni menerima dari berbagai sumber. Hasil pengumpulan data kemudian diolah, dianalisis dan dibuat kesimpulannya. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta mengumpulkan data dan informasi terkait program acara “Greget Kampung” dengan dua cara yaitu menggali

dan mengumpulkan informasi sendiri serta mengundang para pimpinan kampung dalam rapat untuk mendapatkan informasi-informasi yang berkaitan dengan potensi-potensi yang ada di kampung tersebut.

- e. Mengkoordinasikan lalu lintas informasi di dalam lingkungan instansinya.

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta mempunyai tugas menyampaikan informasi dan kebijakan tentang Pemerintah Kota Yogyakarta baik di kalangan internal maupun eksternal. Informasi yang disebarkan pun terdiri dari informasi mengenai kesehatan, ekonomi, pariwisata, budaya dan lain-lain termasuk informasi mengenai potensi kampung dan program acara “Greget Kampung”. Hal itu bisa terlihat dari banyaknya anggota Humas yang mengetahui potensi-potensi kampung yang ditampilkan dalam program acara “Greget Kampung” bahkan beberapa memiliki produk yang berasal dari kampung tersebut.

- f. Mengatur penyelenggaraan *konferensi pers, press tour, press interview* dengan pimpinan.

Tugas-tugas yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta sesuai dengan apa yang dikatakan Rachmadi (1992:82-83).

Aktivitas Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempromosikan potensi kampung melalui program acara “Greget Kampung” mempunyai peran ganda yaitu peran taktis dan strategis yang sesuai dengan pendapat Ruslan (2003:344) :

a. Tugas secara taktis dalam jangka pendek

Humas berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi kepada masyarakat umum, dan khalayak tertentu sebagai target sarannya. Kemampuan untuk melakukan komunikasi timbal balik, dan kemudian memotivasi atau mempengaruhi opini masyarakat dengan usaha untuk “menyamakan persepsi” dengan tujuan dan sasaran instansi/lembaga yang diwakilinya.

Humas Pemerintah Kota Yogyakarta sesuai dengan ketugasannya sudah pasti menginformasikan segala bentuk pesan, informasi dan kebijakan Pemerintah Kota Yogyakarta. Penyampaian informasi yang disampaikan tersebut melalui berbagai macam media baik media internal yang dikelola secara langsung, atau media eksternal seperti surat kabar, televisi dan media sosial. Berbagai macam media yang digunakan adalah sebagai upaya untuk menyebarkan informasi baik secara internal dan eksternal yang disesuaikan dengan khalayak target sasaran.

Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempromosikan potensi kampung melalui program acara “Greget Kampung” berusaha untuk menunjukkan kepada masyarakat Kota Yogyakarta maupun publik yang lain bahwa masih banyak potensi-potensi yang bisa ditampilkan sebagai tempat wisata baru dengan keunikan yang dimilikinya. Potensi yang dipromosikan pun bermacam-macam mulai dari kuliner, tradisi budaya, maupun tempat wisata yang masih belum dikenal oleh masyarakat secara luas.

b. Tugas secara strategis dalam jangka panjang

Humas berperan secara aktif dalam proses pengambilan keputusan (*decision making process*), memberikan sumbang saran, gagasan dan hingga ide-ide cemerlang serta kreatif dalam menyukseskan program kerja lembaga instansi/lembaga yang bersangkutan dan hingga pelaksanaan pembangunan nasional, dan menciptakan citra atau opini masyarakat yang positif.

Banyak sekali metode yang digunakan Humas Pemerintah Yogyakarta dalam menyampaikan informasi. Baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui program acara di televisi maupun melalui pertunjukkan rakyat. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta secara strategis memutuskan untuk menciptakan variasi baru dalam menyampaikan informasi mengenai potensi kampung dengan format yang baru. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta menjadi pemerksa untuk penyampaian informasi mengenai aktivitas, kegiatan dan potensi kampung yang ada di Kota Yogyakarta dengan konsep *travelling* yang diwujudkan dalam program acara “Greget Kampung”.

Peneliti melihat humas sendirilah yang memutuskan bagaimana cara mereka menyampaikan informasi mengenai potensi-potensi tersebut. Hal ini merupakan titik awal muncul ide untuk membuat program acara “Greget Kampung”, walaupun tetap dikoordinasikan kepada pemerintahan. Humas menentukan sendiri melalui media apa yang sesuai untuk menyampaikan informasi tersebut, bagaimana konsepnya, bagaimana mengemas pesan-pesan yang ingin disampaikan supaya terlihat lebih persuasif. Namun tidak semua kegiatan tahapan dalam

program acara “Greget Kampung” mulai dari tahapan perencanaan sampai evaluasi berjalan dengan baik. Peran Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga sebagai penyelenggara. Semua kegiatan yang terkait program acara “Greget Kampung” dilaksanakan oleh humas sendiri.

Secara garis besar program acara “Greget Kampung” mencakup tiga tujuan humas yang sesuai dengan pendapat Sari (2012:7) :

1) Reputasi dan Citra

Tugas humas tidak terlepas dari reputasi dan citra, ini artinya asumsi bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan tingginya akses publik terhadap *output* dari organisasi tersebut. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta mempromosikan potensi kampung dengan salah satu tujuannya adalah untuk membuat reputasi dan citra Kota Yogyakarta menjadi positif baik itu di kalangan masyarakat Kota Yogyakarta sendiri dan masyarakat luar daerah Kota Yogyakarta. Reputasi dan citra yang positif nantinya diharapkan bisa meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Pemerintah Kota Yogyakarta serta meningkatkan pengunjung atau pembelian terhadap potensi yang dipromosikan tersebut.

2) Jembatan Komunikasi

Humas menjadi komunikator dan mediator dalam penyampaian aspirasi ke pemerintah. Program acara “Greget Kampung” ditampilkan bagaimana masyarakat memberikan testimoni atau pendapatnya tentang kebijakan-kebijakan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota

Yogyakarta. Selain itu pendapat terdapat pula harapan masyarakat terhadap Pemerintah Kota Yogyakarta selanjutnya terkait pelaksanaan program yang dijalankan. Hal ini dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Kota Yogyakarta terutama SKPD-SKPD yang terkait. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta menjadi jembatan komunikasi antara publik/masyarakat dengan Pemerintah Kota Yogyakarta.

3) *Mutual benefit relationship*

Humas harus menjamin bahwa pemerintah berada dalam operasinya memiliki niat baik dalam mewujudkan tanggung jawab sosial dan diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan di antara pemerintah dan publik. Hubungan yang baik disini terjadi antara Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dengan Pejabat Pemerintah/SKPD yang terkait. Keduanya bersinergi untuk membangun kampung dan mengenalkan potensi yang ada di kampung tersebut. Selain itu hubungan yang saling menguntungkan juga terjadi antara Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dengan masyarakat pemilik potensi. Masyarakat merasa terbantu dengan program acara tersebut, Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga menjadi lebih mudah dalam mempromosikan serta menyampaikan kegiatan informasi yang ada.

2. Media Publikasi Humas

Aktivitas Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam semua kegiatan penyampaian informasi, promosi dan publikasi pastinya membutuhkan media publikasi. Media publikasi merupakan sarana penghubung Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Berikut adalah media-media publikasi yang digunakan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempromosikan potensi kampung melalui program acara “Greget Kampung” yang sesuai dengan (Widjaja, 1993:79-86) antara lain :

a. Media Visual

1) Surat Kabar

Media ini tidak bisa lepas dari kegiatan publikasi humas. Surat kabar menjadi salah satu media yang tidak pernah ditinggalkan oleh peminatnya sepanjang waktu. Media ini bisa mendapatkan informasi dengan biaya yang murah. Penggunaan surat kabar sebagai media promosi juga dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Surat kabar yang digunakan adalah media info kota. Media info kota merupakan surat kabar internal yang dikelola oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Media info kota digunakan untuk menyebarkan informasi yang ada di kalangan Pemerintah Kota Yogyakarta. Nantinya media info kota ini disebarakan ke seluruh SKPD yang ada di Kota Yogyakarta.

2) *SMS Broadcast*

Penggunaan *SMS Broadcast* adalah untuk memberikan informasi mengenai jadwal tayang serta sebagai pengingat masyarakat untuk menonton program acara “Greget Kampung”. *SMS Broadcast* ini

dikirimkan sebelum program tersebut tayang di televisi pada yang dikirimkan kepada masyarakat Kota Yogyakarta.

b. Media Audio Visual

1) Televisi

Televisi merupakan media publikasi yang paling mudah dalam menyampaikan informasi. Masyarakat dapat mengetahui informasi dengan cepat dan tidak berbayar dengan adanya televisi. Televisi digunakan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta untuk sasaran target khalayak umum seperti masyarakat umum dan wisatawan. Program acara “Greget Kampung” yang tayang di televisi dan dipromosikan melalui media televisi ini harapannya mampu memberikan informasi kepada masyarakat yang lebih banyak dan cepat. Harapan lainnya adalah wisatawan dalam negeri maupun luar negeri yang sedang berkunjung ketika beristirahat di hotel dan menonton program acara “Greget Kampung” ini.

2) Pertemuan- pertemuan

Pertemuan yang dimaksud di sini adalah pertemuan yang ramah tamah seperti diskusi, diskusi panel, rapat, musyawarah dan seminar. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta melalui media pertemuan-pertemuan ini dilakukan dalam kegiatan produksi rapat koordinasi atau diskusi. Misalnya dalam rapat koordinasi dengan pimpinan kampung, Humas Pemerintah Kota Yogyakarta mempromosikan dan menginformasikan program acara “Greget Kampung” secara langsung dalam rapat tersebut.

Selain media-media di atas, Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga menggunakan media sosial sebagai sarana aktivitas promosi program acara “Greget Kampung”. Media sosial yang digunakan oleh adalah melalui *WhatsApp*. Biasanya Humas Pemerintah Kota Yogyakarta menyebarkan informasi menggunakan media grup *WhatsApp* yang berisi pimpinan-pimpinan kampung. Harapannya pimpinan kampung tersebut menyebarkan kembali informasi mengenai program acara “Greget Kampung” serta jadwal penayangan kepada masyarakat yang ada di kampungnya.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta masih belum efektif. Humas Pemerintah Yogyakarta perlu meningkatkan intensitas penayangan program acara “Greget Kampung” di televisi. Peneliti melihat dengan intensitas satu bulan sekali dirasa masih sangat kurang untuk membantu mempromosikan potensi-potensi yang ada di kampung. Kemudian untuk pemilihan stasiun TV lokal swasta yaitu Jogja TV dan waktu penayangan masih dirasa kurang efektif, karena masih banyak di beberapa daerah di Yogyakarta yang belum menerima siaran Jogja TV dengan baik. Jika Humas Pemerintah Yogyakarta ingin mendapat banyak penonton tidak salah mengganti jadwal tayang pada waktu *prime time* atau pada hari libur disaat banyak orang mungkin menghabiskan waktunya untuk bersantai-santai di rumah.

Kurangnya efektifnya aktivitas promosi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mempromosikan program acara “Greget Kampung” ini mengakibatkan masih banyak warga Kota

Yogyakarta yang tidak mengetahui tentang program ini. Aktivitas promosi program acara “Greget Kampung” yang paling banyak digunakan adalah pesan lisan *word of mouth* melalui kegiatan produksi serta rapat koordinasi dan pertemuan-pertemuan. Peneliti melihat kegiatan promosi melalui media ini dirasa paling efektif dalam meningkatkan penonton.

Selain dari intensitas yang lebih dibandingkan media promosi yang lain, pesan lisan *word of mouth* ini merupakan media promosi ini yang menjadi sumber informasi yang diketahui masyarakat tentang program acara “Greget Kampung “ ini. Beberapa masyarakat juga tidak merasa mendapatkan *SMS Broadcast* yang dikirimkan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta perlu untuk melakukan pembaharuan serta pengecekan kembali terhadap nomor-nomor ponsel yang ada di data sehingga ketika mengirimkan informasi melalui *SMS Broadcast* benar-benar diterima oleh masyarakat.

Selain itu peneliti belum melihat aktivitas promosi yang dilakukan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta terhadap anak-anak muda atau remaja. Padahal jumlah anak-anak muda dan remaja di Kota Yogyakarta adalah yang paling banyak dibandingkan dengan kategori umur yang lain. Selain itu Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga menjadikan anak-anak muda atau remaja sebagai target sasaran. Tidak salahnya untuk mencoba mempromosikan program acara “Greget Kampung” melalui media sosial seperti *instagram, path, dan twitter* yang masih digemari oleh anak-anak muda atau remaja zaman sekarang. Terlebih

lagi keterbatasan dana yang dimiliki Humas Pemerintah juga bisa menghalangi kegiatan promosi. Kemudian untuk menjangkau target sasaran orang tua, Humas Pemerintah Kota Yogyakarta bisa melakukan promosi dengan menggunakan media media sosial *Facebook*. Kegiatan promosi melalui media sosial yang tidak berbayar ini bisa menjadi salah satu alternatif promosi.

c. Faktor Pendukung dan Penghambat

Terkait pelaksanaan program promosi potensi kampung melalui program acara “Greget Kampung” yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta, dalam pelaksanaannya seringkali tidak berjalan terus sesuai dengan apa yang diinginkan. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta menemukan beberapa faktor pendukung dan penghambat di dalamnya. Faktor pendukung yang dimiliki adalah terbukanya staf humas terhadap masukan yang diberikan oleh siapapun terhadap pelaksanaan program acara “Greget Kampung”.

Selain itu faktor pendukung yang lain adalah tingginya antusias masyarakat terhadap program acara “Greget Kampung”. Ketika diajak bekerja sama oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta, masyarakat dengan senang hati mau bekerja sama, bahkan terkadang beberapa kebutuhan akomodasi saat produksi tercukupi dan dibantu oleh masyarakat. Bahkan beberapa kampung yang belum dipromosikan potensinya menghubungi humas untuk melakukan syuting di kampung mereka dan mengangkat potensi yang ada di kampung mereka. Tingginya antusias masyarakat juga membantu Humas Pemerintah Kota

Yogyakarta dalam mempromosikan program acara “Greget Kampung”. Faktor pendukung yang terakhir adalah banyaknya penggiat industri yang ada di Kota Yogyakarta sehingga memudahkan Humas Pemerintah Kota Yogyakarta terkait proses produksi dengan memanfaatkan hubungan internal yang terjalin dekat dengan salah satu *production house* yang ada di Kota Yogyakarta sehingga lebih mudah untuk diajak bekerja sama dan bisa mengurangi biaya produksi.

Faktor pendukung yang lain yang peneliti temukan dalam penelitian ini adalah kemampuan pimpinan kampung sebagai fasilitator hubungan antara Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dengan pemilik potensi. Kemampuan tersebut membuat program acara ini dapat berjalan dengan baik. Masyarakat yang potensi dipromosikan akan senantiasa senang hati dan mau bekerja sama dan ikut menyukseskan program acara “Greget Kampung” ini apabila juga mendapat perintah atau instruksi dari pimpinan kampung.

Selain faktor pendukung, Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga menemukan faktor penghambat. Faktor penghambat yang ditemukan adalah keterbatasan dana dan masalah koordinasi. Keterbatasan dana yang sudah dianggarkan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta ini membuat berkurangnya jumlah kuantitas produksi program acara “Greget Kampung” karena Humas Pemerintah Kota Yogyakarta harus mempromosikan program dan kegiatan lain. Hal yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta terkait keterbatasan dana ini adalah dengan pembagian *kapling* dan mengangkat tema-tema yang dianggap

krusial atau penting terlebih dahulu. Peneliti melihat faktor keterbatasan anggaran dana yang dimiliki oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta memang menjadi masalah paling utama dalam program acara “Greget Kampung”. Selain berkurangnya jumlah kampung yang dipromosikan pada tahun berikutnya, keterbatasan dana ini juga menghalangi kegiatan promosi serta menjadi penghambat untuk mempromosikan program acara “Greget Kampung”.

Kemudian faktor penghambat yang lain adalah masalah koordinasi. Humas telah menghubungi dan menginformasikan kepada pimpinan kampung mengenai potensi-potensi yang mau ditampilkan dalam program acara “Greget Kampung”, tetapi terkadang masih ada masyarakat yang belum tahu bahwa potensi mereka bakal ditampilkan dan ikut dalam kegiatan produksi. Walaupun Humas Pemerintah Kota Yogyakarta sudah menghubungi masyarakat atau pemilik potensi secara langsung, tetapi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta juga menyerahkan masalah koordinasi dan meminta bantuan kepada pimpinan kampung. Biasanya pimpinan masyarakat atau pemilik potensi lebih mau mendengarkan pimpinan kampung dibandingkan oleh orang lain. Masalah koordinasi seperti ini diatasi Humas Pemerintah Kota Yogyakarta dengan peningkatan kuantitas komunikasi terhadap pimpinan kampung atau masyarakat dan pemilik potensi. Faktor penghambat yang terakhir adalah masalah survei dan rating terhadap program acara “Greget Kampung” sehingga Humas Pemerintah Kota Yogyakarta belum

bisa mengetahui seberapa besar dampak yang dihasilkan dari penayangan program acara “Greget Kampung”.

Model komunikasi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Yogyakarta adalah model *Two Way-Asymmetrical*. Humas Pemerintah Kota Yogyakarta memberikan informasi berupa promosi potensi, kegiatan serta keunikan yang ada dengan mengharapkan perubahan sikap pada warga Kota Yogyakarta dan target sasaran yang lain. Seperti lebih mencintai daerahnya sendiri, memacu untuk lebih berani menampilkan potensi yang ada di daerahnya, serta untuk datang berkunjung atau membeli produk serta tempat yang dipromosikan. Namun, peran masyarakat dan pemilik potensi disini hanya memberikan testimoni atau pendapat mengenai program-program yang dijalankan pemerintah Kota Yogyakarta guna mendukung program acara “Greget Kampung” supaya lebih dapat meyakinkan penonton. Model komunikasi ini bukan model komunikasi yang paling baik dalam memberikan informasi atau menjalankan kegiatan komunikasi dalam kegiatan hubungan masyarakat. Model komunikasi seperti ini belum mampu menciptakan kerja sama yang baik antara kedua belah pihak.

Kemudian cara pembingkai program acara “Greget Kampung” pun hanya menjadikan masyarakat sebagai objek. Bukan masyarakat itu sendiri yang memperkenalkan atau mempromosikan potensi-potensi tersebut melainkan pembawa acara yang tidak identik dengan masyarakat yang ada. Peneliti berharap masyarakat bisa terlibat lebih jauh misalnya dengan menjadikan masyarakat sebagai pembawa acara sehingga

pembingkaiian program acara “Greget Kampung” bisa memposisikan masyarakat sebagai subjek dalam program tersebut.

Hal positif yang bisa diambil dengan adanya program acara “Greget Kampung” adalah masyarakat terbantu dengan fasilitas dari Humas Pemerintah Kota Yogyakarta terkait dengan promosi dan publikasi yang dapat meningkatkan pengetahuan serta ketenaran mengenai potensi tersebut. Selain itu program acara “Greget Kampung” dapat membuat masyarakat berkomunikasi secara langsung dengan pejabat Pemerintah Kota Yogyakarta.