

DAFTAR PUSTAKA

A. Hari Karyono. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: Grasindo

Faisal, Sanapiah. 2001. *Format-Format Penelitian Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo

Persada

Jefkins, Frank. (1997). *Periklanan*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana

Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja

Rosdakarya

Mulyana, Deddy. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Ilmu*

Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Cetakan 2. Bandung : PT. Remaja

Rosdakarya.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran, Principles of Marketing 7e*. Jakarta : Prenhallindo

- Kotler, Philip, dan A.B Susanto. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*.
Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2.
Jakarta: Salemba Empat.
- Pendit, S Nyoman. 1999. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta : PT.
Pradnya Paramita
- Pendit, Nyoman S. (2006). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Cetakan 8.
Edisi Terbaru. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Permas, Achsan dkk. (2003). *Manajemen Organisasi Pertunjukan*. Jakarta: PPM.
- Petter, J Paul dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan
Stategy Pemasaran, Jilid 2*. Jakarta : Erlangga
- Pitana, I Gde dan I ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantal Ilmu Pariwisata*.
Yogyakarta: Garailmu
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung :
ALFABETA
- Suwantoro, Gamal. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Swastha DH, Basu, dan Irawan. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2.
Cetakan 10. Yogyakarta: Liberty Offset.

Tjitono Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : ANDI

Wahab, Salah. 1997. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita

Yoei, Oka. 2006. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta : Pradnya Paramita

Skripsi:

Adi, Mahmad Ari, 2007. “Promosi Pariwisata Candi Prambanan Pasca Gempa (Studi Deskriptif Strategi Promosi Pengelola Candi Prambanan untuk Memulihkan Sektor Pariwisata Pasca Gempa)”. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Yogyakarta

Vitri, Nidya Tiya, 2014. “Integrated Marketing Communications dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Candi Prambanan (Studi Deskriptif di PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko)”. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta

Sumber Lain:

Laporan RPJM (Rencana Pembangunan Jangka Menengah) Dinas Kebudayaan dan
Pariwisata Kabupaten Gunungkidul Tahun 2016-2021

Website

Kabupaten Gunung Kidul DIY Gencar Promosikan Wisata Melalui Travel Dialog |

Suara Indonesia | Bangkit bersama rakyat. 18/05/2017. 10.05PM

www.pictaram.com/. 18/05/2017. 11.45PM

http://www.wisata.gunungkidulkab.go.id/web/. 18/05/2017. 01.00AM

http://www.digitalmarketingpariwisata.com/. 20/05/2017. 18.00PM

LAMPIRAN

Interview Guide

1. Bagaimana perencanaan kegiatan promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul?
2. Apa saja tahapan-tahapan perencanaan kegiatan promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul?
3. Siapa saja target dalam kegiatan promosi wisata selama Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul mempromosikan wisata daerah Gunungkidul?
4. Apa saja yang dipresentasikan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul saat mempresentasikan promosi wisata daerah Gunungkidul?
5. Bagaimana bentuk kerjasama antara Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul dengan biro perjalanan wisata?
6. Sejak kapan Dinas Kabupaten Gunungkidul gencar melakukan promosi dalam meningkatkan potensi pariwisata?
7. Selain kegiatan promosi wisata, apakah ada kegiatan lainnya yang digunakan untuk menarik pengunjung wisata agar pengunjung wisata yang berwisata ke daerah Gunungkidul mengalami peningkatan?
8. Apa saja goal yang akan dicapai dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul?

9. Pernahkan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul mengundang para wartawan atau pihak media lainnya untuk berwisata ke Gunungkidul sekaligus mempromosikan wisata daerah Gunungkidul?
10. Biasanya dalam kegiatan promosi erat kaitannya dengan pesan yang ingin disampaikan. Dan pesan ini harus kreatif secara visual . Apakah program Kabupaten Gunung Kidul dalam melakukan kegiatan promosinya memperhatikan hal tersebut. Apa contohnya? (Logo, slogan, *tagline*, *jingle*)
11. Apa yang akan dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul bila jumlah pengunjung tidak sesuai dengan yang ditargetkan?
12. Apa saja alat publisitas yang digunakan dalam mempromosikan wisata daerah Gunungkidul?
13. Pada acara TV tentang spot – spot wisata sering sekali meliput Kab.Gunungkidul. Apakah ini ada kerjasama antar pihak TV swasta dan pemerintah daerah Kabupaten Gunungkidul?
14. Apa saja kegiatan promosi wisata yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul selama tahun 2016-2017?
15. Apa saja faktor yang mendukung kegiatan promosi yang selama ini dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul?

Transkrip Wawancara

Narasumber 1: Purnomo Sumardamto, Shut, MA,MEng

Jabatan : Promosi dan Informasi Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul

Narasumber 2 :Yuni Hartini, SP, MSi

Jabatan : Ketua Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul

Waktu : 16 April 2017

Lokasi : Pizza Hut, Jl. Kaliurang KM 5.6, Caturtunggal, Kec. Depok,
Kabupaten Sleman

1. Tanya : Bagaimana perencanaan kegiatan promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul?

Jawab : Dalam pemerintahan ada proses perencanaan yang dinamakan musrembang. Yang dimulai dari tingkat desa, kecamatan sampai dengan tingkat kabupaten. Untuk kegiatan promosi dilakukan satu tahun sebelum pelaksanaan. Perencanaan tersebut terdiri dari beberapa tahapan.

2. Tanya : Apa saja tahapan-tahapan perencanaan kegiatan promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul?

Jawab : Pertama, evaluasi dari tahun sebelumnya. Kedua, proses pemetaan kegiatan promosi yang akan dilakukan, misalnya menentukan berapa kali promosi di TV, berapa event yang perlu dilakukan. Ketiga, merencanakan kegiatan promosi yang disesuaikan dengan jumlah anggaran promosi yang ada.

3. Tanya : Siapa saja target dalam kegiatan promosi wisata selama Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul mempromosikan wisata daerah Gunungkidul?

Jawab : Target utama dalam kegiatan promosi adalah calon wisatawan yang berpotensi datang ke Kabupaten Gunungkidul agar meningkatkan jumlah kunjungan dan PAD Jadi boleh siapa saja, tidak dibatasi dari umur, profesi dan kelas sosil. Misalnya, saat travel diaog keluar daerah sarasannya adalah sekolah, perusahaan dan biro perjalanan.

4. Tanya : Apa saja yang dipresentasikan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul saat mempresentasikan promosi wisata daerah Gunungkidul?

Jawab : Beberapa hal yang dipresentasikan kepada calon wisatawan saat melakukan kegiatan promosi adalah, objek wisata unggulan, cara akses tujuan wisata, berapa harga tiket masuk, dan pusat oleh-oleh.

5. Tanya : Bagaimana bentuk kerjasama antara Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul dengan biro perjalanan wisata?

Jawab : Kerjasamanya yaitu membuat paket-paket wisata perjalanan

6. Tanya : Sejak kapan Dinas Kabupaten Gunungkidul gencar melakukan promosi dalam meningkatkan potensi pariwisata?

Jawab : Sejak Otonomi daerah diberlakukan di Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah. Ini merupakan kesempatan yang sangat baik bagi pemerintah daerah untuk membuktikan kemampuannya dalam melaksanakan kewenangan yang menjadi hak daerah. Maju atau tidaknya suatu daerah sangat ditentukan oleh kemampuan dan kemauan pemerintah daerah.

7. Tanya : Selain kegiatan promosi wisata, apakah ada kegiatan lainnya yang digunakan untuk menarik pengunjung wisata agar pengunjung wisata yang berwisata ke daerah Gunungkidul mengalami peningkatan?

Jawab : Tidak ada

8. Tanya : Apa saja goal yang akan dicapai dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul?

Jawab : Meningkatnya jumlah kunjungan wisata dan PAD Kabupaten Gunungkidul

9. Tanya: Pernahkan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul mengundang para wartawan atau pihak media lainya untuk berwisata ke Gunungkidul sekaligus mempromosikan wisata daerah Gunungkidul?

Jawab: Pernah dan bahkan selalu yaitu dalam kegiatan promosi melalui Fam Tour/Fam Trip.

10.Tanya: Biasanya dalam kegiatan promosi erat kaitannnya dengan pesan yang ingin disampaikan. Dan pesan ini harus kreatif secara visual . Apakah program Kabupaten Gunung Kidul dalam melakukan kegiatan promosinya memperhatikan hal tersebut. Apa contohnya? (Logo, slogan, *tagline*, *jingle*)

Jawab : Ya. Kabupaten Gunungkidul mempunyai slogan atau *tagline* untuk mendukung kegiatan promosi wisatanya. *Tagline* yang selama ini dipakai adalah “EXOTIC GUNUNGKIDUL,” *tagline* ini mulai dipublikasikan sejak tahun yang lalu tepatnya tahun 2016.

11. Tanya : Apa yang akan dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul bila jumlah pengunjung tidak sesuai dengan yang ditargetkan?

Jawab : Kalau tidak sesuai dengan yang ditargetkan berdampak pada hasil kinerja Dinas Pariwisata Gunungkidul. Tapi selama ini jumlah pengunjung sesuai dengan yang ditargetkan malah lebih dari yang ditargetkan.

12. Tanya : Apa saja alat publisitas yang digunakan dalam mempromosikan wisata daerah Gunungkidul?

Jawab: Kabupaten Gunungkidul menggunakan jasa iklan cetak maupun elektronik sebagai sarana untuk memasarkan produk-produk pariwisatanya. Iklan cetak tersebut berupa banner, baliho, spanduk, bookleat, leaflet dan brosur. Sedangkan untuk media promosi elektronik, Kab. Gunungkidul juga menjalin kerjasama dengan *partner* swasta seperti stasiun-stasiun TV baik lokal maupun nasional seperti RCTI, ANTV, TRANS TV dll.

13. Tanya : Pada acara TV tentang spot – spot wisata sering sekali meliputi Kab.Gunungkidul. Apakah ini ada kerjasama antar pihak TV swasta dan pemerintah daerah Kabupaten Gunungkidul?

Jawab : Selama ini telah terjalin kerjasama dengan Media Elektronik baik TV Nasional Maupun TV Lokal untuk menayangkan spot-spot wisata Kabupaten Gunungkidul, disamping itu juga

kegiatan- kegiatan yang dilakukan di obyek wisata juga diliput oleh media tersebut.

14. Tanya: Apa saja kegiatan promosi wisata yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul selama tahun 2016-2017?

Jawab: Pameran wisata ke berbagai daerah di Indonesia, travel dialog, fam trip/fak tour, melalui media elektronik, TV lokal Jawa Tengah dan TV Nasional, radio , media online dan media sosial, surat kabar,*booklet dan leaflet*.

15. Tanya: Apa saja faktor yang mendukung kegiatan promosi yang selama ini dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul?

Jawab: Berkembangnya teknologi dan informasi komunikasi seperti internet, sehingga obyek-obyek wisata daerah Gunungkidul dapat dipromosikan melalui sosial media.

Catatan Lapangan

Observasi 1

Hari/Tanggal : Jum'at/17 Maret 2017

Usai sholat Jum'at, saya pergi ke Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul yang terletak di Jl. KH. Agus Salim No.126, Kepek, Wonosari, untuk melakukan observasi terhadap bahan-bahan promosi wisata daerah Gunungkidul sekaligus merencanakan jadwal wawancara dengan Pak Sumardamto selaku Ketua Sie Promosi & Informasi Pariwisata untuk melengkapi data penelitian skripsi saya tentang, "Kegiatan Promosi yang Dilakukan Oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul dalam Meningkatkan Pengunjung Wisata ke Daerah Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta (Diy) Periode Tahun 2016-2017."

Saya disambut hangat oleh Pak Sumardamto dan juga staf-staf di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul sehingga saya bersemangat untuk melanjutkan penelitian saya. Selain bersedia merencanakan jadwal wawancara, Pak Sumardamto juga mengarahkan saya dan memberikan masukan terhadap penelitian yang sedang saya lakukan. Setelah berbincang cukup lama dengan beliau terkait kegiatan promosi apa saja yang akan dilaksanakan dalam waktu dekat ini, akhirnya saya memutuskan

untuk bersedia mengikuti salah satu kegiatan promosi yang akan dilaksanakan pada Bulan April 2017 mendatang, yaitu travel dialog di Kudus, Jawa Tengah.

Selain itu, saya juga mendapatkan informasi tentang bahan-bahan promosi apa saja yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, yaitu berupa *leaflet*, *booklet*, spanduk, poster dan baliho. Namun, saya belum diperlihatkan seperti apa *leaflet*, *booklet* dan poster. Tetapi saya sudah melihat beberapa spanduk dan baliho yang dipasang di beberapa titik jalan Kabupaten Gunungkidul ketika melewatinya.

Observasi 2

Hari/ Tanggal: Sabtu/29 April 2017

Sore sekitar pukul 04.30 WIB, saya berkunjung ke obyek wisata Gunung Api Nglangeran untuk mengetahui secara langsung siapa saja yang berwisata ke sana dan dari mana para pengunjung obyek wisata mendapatkan informasi wisata Gunung Api Nglangeran yang terletak di Kabupaten Gunungkidul. Selain melakukan observasi, saya bersama lima teman saya juga melakukan aktivitas wisata, yaitu *camping* di kawasan wisata Gunung Api Nglangeran karena memang pemandangan di sana sangat indah ketikan malam hari.

Ternyata ketika sudah sampai di puncaknya, banyak sekali wisatawan yang mendirikan tenda dan *camping* di Gunung Api Nglangeran. Di sebelah tenda kami ada tiga tenda milik wisatawan lain. Saya menghampiri salah satu tenda tersebut ketika mereka sedang bersenda gurau sambil menikmati secangking teh dan kopi panas, tujuan saya menghampiri mereka selain berkenalan adalah untuk mengetahui kegiatan apa saja yang sedang mereka lakukan sekaligus wawancara seputar penelitian yang sedang saya lakukan.

Saya berhasil mewawancarai salah satu orang di antara mereka, yaitu Mbak Ariska. Beliau berasal dari Tangerang dan memang sengaja datang ke Yogyakarta untuk *refreshing* sekaligus mengunjungi kerabatnya yang kuliah di salah satu universitas swasta di Yogyakarta. Ketika saya wawancara, Mbak Ariska memang sudah merencanakan perjalanan wisata bersama empat teman satu kantornya. Selain *camping* di Gunung Api Nglangeran, Mbak Ariska juga ingin berwisata ke Pantai Wediombo untuk merasakan *snorkeling*, ke Pantai Kukup, Pantai Baron, Susur Kali Oya dan ke Goa Pindul.

Ketika saya tanya dari mana mendapatkan informasi wisata yang ada di Gunungkidul, Mbak Ariska dengan antusias memperlihatkan gawainya kepada saya dan memberitahu saya kalau ia mendapatkan informasi wisata-wisata yang ada di daerah Gunungkidul melalui *googling* dan dari Instagram. Mbak Ariska mengaku kalau obyek-obyek wisata di daerah Gunungkidul sangat menarik minatnya untuk berwisata meskipun jaraknya lumayan jauh dari hotel tempat ia menginap, tetapi tidak menjadi penghambat baginya dan teman-temannya untuk berwisata ke Gunungkidul.

Observasi 3

Hari/Tanggal: Minggu/ 30 April 2017

Masih di kawasan Gunung Api Nglangeran, pukul 08.30 WIB saya dan teman-teman turun meninggalkan area perkemahan semalam. Saat berhenti di salah satu tempat yang menurut kami sangat indah pemandangannya, saya melihat banyak wisatawan yang berfoto di sana. Mulai dari anak-anak, remaja sampai dewasa. Karena sedang *weekend*, para wisatawan memang sengaja berkunjung ke obyek wisata Gunung Api Nglangeran yang terletak di Kabupaten Gunungkidul untuk menikmati akhir pekan mereka bersama keluarga, para sahabat dan kerabat terdekat.

Selain udaranya sejuk ketika pagi, pemandangannya pun begitu indah untuk dijadikan sebagai tempat berfoto, cocok untuk *tracking* juga *outbond*. Maka tak heran jika para wisatawan yang berkunjung ke kawasan obyek wisata Gunung Api Nglangeran beranekaragam profesinya. Mulai dari para pekerja kantor, mahasiswa, tenaga pengajar, wiraswasta, masyarakat setempat, pendatang dari kota lain dan sebagainya, baik dari kelas menengah ke bawah maupun kelas menengah ke atas.

Observasi 4

Hari/Tanggal : Sabtu/ 27 April 2017

Pagi, tepatnya pukul 05.15 WIB, saya pergi ke Kudus, Jawa Tengah bersama sahabat saya dengan mengendarai sepeda motor untuk mengikuti kegiatan promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul yaitu, travel dialog yang diselenggarakan di Hotel @Home mulai pukul 09.00 WIB sampai 14.00 WIB. Saya tiba di lokasi tepat pukul 10.00 WIB karena kondisi jalan yang macet saat di Semarang dan sempat salah jalan kurang lebih selama 30 menit.

Setibanya di lokasi, saya melihat spanduk yang menginformasikan adanya kegiatan promosi pariwisata & travel dialog yang dipasang di depan Hotel @Home. Kemudian, saya dan sahabat saya langsung masuk ke hotel dan menuju ke ruangan tempat berlangsungnya kegiatan promosi pariwisata dan travel dialog yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul.

Begitu saya dan teman saya masuk dan mengisi buku tamu, saya ditanya dari mana asal saya dan tahu dari mana kalau di hotel ini sedang ada promosi pariwisata dan travel dialog oleh ibu-ibu yang memberikan saya *goodie bag*. Dan saya pun menjelaskan maksud dan tujuan saya mengikuti travel dialog, yaitu untuk melakukan observasi sekaligus ingin wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul. Tak lama kemudian, Pak Sumardanto selaku Sie Promosi & Informasi

Pariwisata, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul menghampiri saya dan mencarikan tempat duduk di bagian paling depan untuk saya dan sahabat saya.

Seperti yang pernah disampaikan oleh Pak Sumardamto ketika saya mewawancarai beliau, bahwa para peserta travel dialog adalah kepala sekolah dari tingkat PAUD sampai SMA, pelaku-pelaku usaha seperti pelaku usaha pusat oleh-oleh dan usaha perjalanan serta para karyawan kantor. Kegiatan travel dialog yang berlangsung memang sangat interaktif antara Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul dan para peserta, sehingga Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul mengetahui secara langsung apa yang menjadi keinginan, kebutuhan serta hal-hal apa saja yang ditakutkan oleh para peserta travel dialog yang merupakan calon wisatawan ketika ingin berwisata ke Gunungkidul.

Dalam kegiatan travel dialog yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, selain mempresentasikan obyek-obyek wisata apa saja yang ada di Gunungkidul, bagaimana aksesnya serta berapa harga paket wisatanya, Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul juga meyakinkan para calon wisatawan mereka bahwa kondisi di Gunungkidul aman selama mematuhi aturan yang ada. Karena, belum lama ini terjadi insiden kecelakaan mini bus yang menewaskan beberapa orang asal Kudus saat dalam perjalanan ke salah satu obyek wisata yang ada di Gunungkidul.

Sebagai Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, Pak Saryanto dan dibantu oleh Ibu Yuni selaku Ketua Pemasaran di Dinas Pariwisata Kabupaten

Gunungkidul menanggapi langsung tentang kejadian naas yang dialami oleh rombongan wisatawan asal Kudus tersebut agar para peserta yang merupakan calon wisatawan tidak trauma untuk berwisata ke Gunungkidul setelah terjadinya insiden kecelakaan tersebut.

Saya mengikuti kegiatan travel dialog selama kurang lebih empat jam. Setelah kegiatan selesai, saya langsung menemui Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul untuk wawancara mengenai rencana promosi wisata ke depannya serta bagaimana promosi pariwisata yang telah dilakukan selama tahun 2016-2017.

Gambar 1.1
Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul



Gambar 1.2
Seksi Promosi dan Informasi Pariwisata Kabupaten Gunungkidul



Gambar 3.1

Kegiatan Promosi Melalui Travel Dialog Tahun 2017



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.2

Kegiatan Promosi Melalui Travel Dialog Tahun 2017



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.2

Spanduk event di Rest Area Bunder

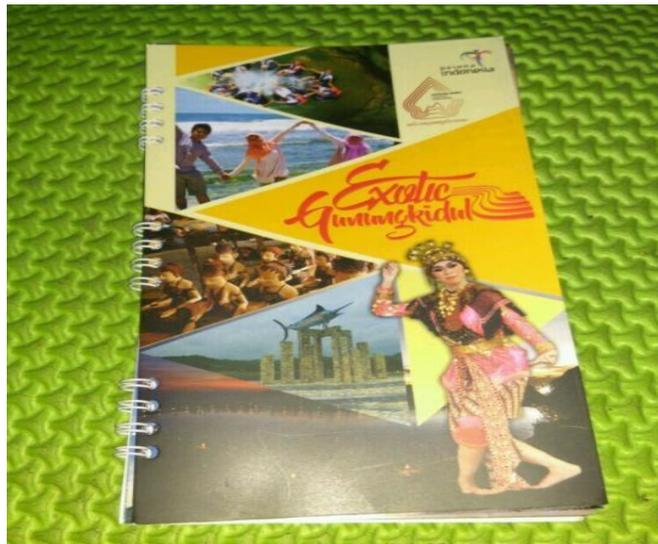


Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul 2016

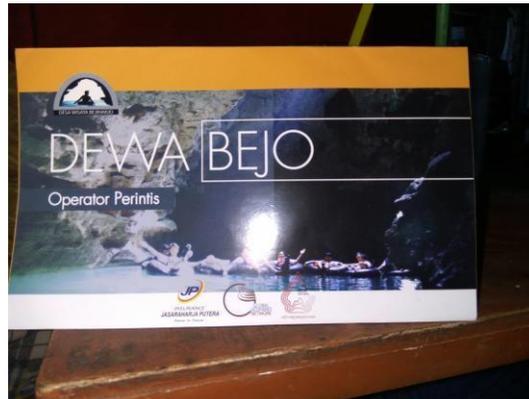
Gambar 3.3
Pameran Wisata Pesona Indonesia



Gambar 3.4
Booklet



Gambar 3.5
Leaflet



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.6

Goodie bag



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3.7
Poster Event lomba fotografi



Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul 2016

Gambar 3.8
Fam Trip/Fam Tour 2017



Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul Tahun 2017

Gambar 3.9

Pemilihan Dimas Diajeng Gunungkidul Tahun 2016



Sumber: pictaram.com