

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari oleh Pokdarwis Wukirsari

Sektor pariwisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perekonomian Kabupaten Bantul. Banyak terdapat objek wisata yang menjadi kekayaan tersendiri bagi daerah ini. Salah satunya adalah batik tulis Giriloyo yang ada di desa wisata Wukirsari Imogiri. Desa Wisata Wukirsari Imogiri dikelola oleh Pokdarwis Wukirsari yang telah mendapat pengukuhan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul, merupakan lembaga yang bertanggung jawab di lingkungan desa wisata Wukirsari terhadap bidang pariwisata.

Dengan adanya strategi komunikasi pemasaran yang baik dalam melakukan pemasaran maka hasilnya akan baik pula. Hal demikian juga yang akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan membantu perekonomian Kabupaten Bantul khususnya kelurahan Wukirsari.

Pokdarwis Wukirsari memiliki beberapa bidang yang masing-masing memiliki program kerja dalam meningkatkan kunjungan wisata desa wisata Wukirsari Imogiri. Berikut adalah rincian program kerja Pokdarwis Wukirsari dalam usaha meningkatkan jumlah kunjungan wisata batik tulis Giriloyo di Desa wisata Wukirsari Imogiri Tahun 2015/2016

yang akan dilaksanakan pada tahun 2017:

- a. Program Pengelolaan pemasaran Batik Tulis Giriloyo
 - 1) Pengembangan kesenian dan kebudayaan daerah
 - 2) Fasilitasi pengembangan event pemilihan batik tulis Giriloyo
 - 3) Fasilitasi pengembangan event pemilihan batik tulis Giriloyo
- b. Program Pengembangan Pemasaran Batik Tulis Giriloyo
 - 1) Peningkatan pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran Batik Tulis Giriloyo desa wisata Wukirsari
 - 2) Pelaksanaan promosi pariwisata nusantara
 - 3) Pelatihan pemandu wisata terpadu
- c. Program Pengembangan Destinasi Pariwisata
 - 1) Pengembangan objek wisata unggulan
 - 2) Peningkatan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata
 - 3) Pengembangan, sosialisasi dan penerapan serta pengawasan standarisasi
- d. Program Pengembangan Kemitraan
 - 1) Pengembangan SDM di bidang kebudayaan dan pariwisata bekerja sama dengan lembaga lainnya
 - 2) Peningkatan peran serta masyarakat dalam pengembangan kemitraan pariwisata
- e. Program Pengembangan Promosi Pariwisata yang berbasis Seni dan Budaya Batik Tulis Giriloyo

- 1) Pelaksanaan lomba Batik Tulis Giriloyo
- 2) Pelaksanaan Festival Batik Tulis Giriloyo
- 3) Pelaksanaan Event Seni dan Budaya Batik Tulis Giriloyo

Bagian komunikasi pemasaran, perencanaan strategis adalah proses mengidentifikasi masalah yang dapat dipecahkan dengan komunikasi pemasaran kemudian menentukan tujuan/sasaran (apa yang ingin dicapai), menentukan strategi (bagaimana mencapai tujuan), dan mengimplementasikan taktik (aksi untuk menjalankan rencana). Proses ini terjadi di dalam kerangka waktu sekitar satu bulan.

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Bayu Bintoro, SE selaku penasehat ketua Pokdarwis Wukirsari bahwa:

“Pemasaran atau promosi itu bertujuan untuk meningkatkan pelayanan produk wisata, mengenai objek wisata, atraksi wisata, kepada calon wisatawan dalam berbagai pertunjukan/ event yang dilaksanakan baik dalam maupun luar negeri” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Fakta dilapangan menunjukkan bahwa Kabupaten Bantul sangat kaya akan potensi wisata dan budaya. Maka dengan alasan tersebut dibuatlah rancangan-rancangan untuk pengembangan potensi wisata dan budaya Kabupaten Bantul, sekaligus memperbaiki wisata yang telah menjadi objek wisata andalan dan mengeksplor sebagian objek wisata yang belum tersentuh dengan melakukan inventarisir terhadap sejumlah tempat wisata yang nantinya akan dijadikan objek wisata andalan. Kelurahan Wukirsari yang menjadi salah satu desa wisata di Kabupaten Bantul salah satu wisata andalan di Kabupaten Bantul. Batik merupakan budaya khas

Indonesia yang sangat dijaga kelestariannya, di Desa Wisata Wukirsari ini salah satu wisata yang menjadi andalan adalah batik tulis Giriloyo. Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Wukirsari dibawah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul mempunyai tanggungjawab untuk mewujudkan misi serta sasaran pengembangan Pariwisata dan Budaya yang berdaya saing global tanpa melupakan nilai-nilai budaya leluhur di desa wisata Wukirsari Kabupaten Bantul.

Semua objek wisata baik yang sudah dikembangkan maupun belum diharapkan dalam pengelolaannya kerjasama dengan masyarakat dan pihak swasta, maupun pemerintah itu sendiri, sehingga dari potensi objek wisata tersebut dapat mendatangkan tambahan anggaran pendapatan daerah.

Seperti yang dikemukakan oleh Ketua Pokdarwis, Bapak Nur Ahmadi:

“Kami mengharapkan agar dalam pengelolaan segala objek wisata yang kita miliki, bisa bekerjasama dengan masyarakat setempat maupun pihak swasta, sehingga mampu mendatangkan pendapatan daerah” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Sebagaimana yang diketahui di Desa wisata Wukirsari ada beberapa produk wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan yaitu wisata Batik, Kerajinan bamboo, Tatah Sungging, Makam raja Imogiri, Makam sunan Cirebon, Makam seniman, *Hand Craft*, Sungai opak, Watu lumbang, Pengobatan guruh, Wedang uwuh, dan Pecel kembang turi, sehingga strategi pemasaran yang dirumuskan disesuaikan dengan produk wisata yang ada.

Berikut gambar selamat datang di wisata batik Giriloyo:



Gambar 3.1. Selamat datang di wisata batik Giriloyo yang dipasang pada bulan
Maret Tahun 2016

Sumber : Paguyuban Batik Tulis giriloyo 2017

Suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya selalu berusaha untuk memenuhi permintaan konsumen agar mereka merasa puas dan nyaman. Masalah dalam komunikasi pemasaran adalah bagaimana dan sampai sejauh mana wisatawan dan calon wisatawan selaku pengguna jasa mengetahui mutu dan kenyamanan tempat tersebut.

Dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran, salah satu yang menjadi hal pokok adalah anggaran pemasaran. Pokdarwis Wukirsari memiliki standar dalam menetapkan besar kecilnya pengeluaran untuk pemasaran setiap tahunnya.

Bapak Bayu Bintoro, SE selaku penasehat ketua Pokdarwis Wukirsari mengatakan:

“Dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran batik Giriloyo, sebenarnya kami sangat bergantung pada seberapa besar dana atau anggaran yang kami dapat dari pemerintah Kabupaten Bantul. Setelah kami mengetahui dana promosi yang kami dapatkan, barulah kami mulai menyusun strategi komunikasi pemasaran. Tentu saja bentuk-bentuk komunikasi pemasaran yang kami gunakan disesuaikan dengan kemampuan dari dana tersebut”. (Wawancara, 12 Juni 2017)

Selama melakukan penelitian penulis melihat Pokdarwis Wukirsari sudah menerapkan strategi komunikasi pemasaran. Mengingat anggaran untuk pemilihan sangat besar, menyesuaikan dengan khalayak sasaran yang dituju.

Keberhasilan daerah dalam memasarkan pariwisata di daerahnya dapat berjalan lancar jika didukung oleh segala komponen yang terkait dan terlibat aktif dalam pengembangan pariwisata. Oleh sebab itu Pokdarwis Wukirsari senantiasa mengingatkan masyarakat untuk sama-sama menjaga sekaligus memelihara objek wisata tersebut agar nantinya dapat memberikan sumbangsih bagi masyarakat Kelurahan Wukirsari Kabupaten Bantul.

2. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Batik Tulis Giriloyo Desa Wisata Wukirsari Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan.

Kabupaten Bantul memiliki berbagai obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi Desa Wisata Wukirsari yang sangat beragam adalah salah satu alasan mengapa Desa Wisata Wukirsari menarik untuk dikunjungi. Keanekaragaman wisatanya antara lain wisata sejarah, wisata alam, wisata

buatan, wisata budaya dan wisata minat khusus. Pokdarwis Wukirsari dibawah Pemerintah Daerah Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kabupaten Bantul melakukan berbagai langkah promosi wisata.

Dari hasil penelitian wawancara dengan beberapa narasumber strategi pemasaran objek wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari adalah sebagai berikut:

Hasil wawancara peneliti dengan informan, pelayanan di lokasi penelitian sangat memuaskan, dan kualitas pelayanannya juga memuaskan. Di samping itu biaya kebutuhan selama berwisata relatif murah. Berikut pernyataannya:

“banyak pengunjung yang bilang disini pelayanannya sangat memuaskan, dari segi kualitas pelayannya juga, terus biaya-biaya berwisata disini relatif murah, dengan batik tulis yang bagus harganya pun tidak seperti dibutik-butik toko gitu” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Berikut pernyataannya narasumber tentang macam-macam nama motif batik tulis giriloyo Yogyakarta antara lain:

Parang, Banji,tumbuh-tumbuhan menjalar, tumbuh-tumbuhan air, bunga, satwa, Sido Asih, Keong Renteng, Sido Mukti,Sido Luhur, Semen Mentul, Sapit Urang, Harjuna Manah, Semen Kuncoro, Sekar Asem, Lung Kangkung, Sekar Keben, Sekar Polo, Grageh Waluh,Wahyu Tumurun,Naga Gini,Sekar Manggis, Truntum, Tambal, Grompol, Ratu Ratih,Semen Roma,Mdau Broto,Semen Gedhang,Jalu Mampang. (wawancara, 16 Agustus 2017)



Gambar 3.2. Macam Batik yang ada di Batik Giriloyo

Seperti yang dikemukakan oleh Ketua Pokdarwis, Bapak Nur Ahmadi:

“Banyak Wisatawan terkesan dengan keindahan alam, cuaca yang baik, keramahan dan kebaikan kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat Wukirsari” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Hal ini menunjukkan bahwa keramahan masyarakat Wukirsari menjadi salah satu pemikat wisatawan berkunjung ke lokasi penelitian.

Bapak Bayu Bintoro, SE selaku penasehat ketua Pokdarwis Wukirsari mengatakan:

“Transportasi yang menghubungkan ke desa wisata Wukirsari khususnya batik Giriloyo serta transportasi di tempat tujuan ke objek-objek pariwisata, objek wisata dan atraksi wisata pada daerah tempat tujuan wisata, serta fasilitas yang dibutuhkan di tempat tujuan tersebut seperti akomodasi rekreasi sudah relatif memadai dan mudah” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Rusni Wahidah selaku Sie Daya tarik wisata dan kenangan Pokdarwis Wukirsari, mengemukakan:

“Strategi produk yang diterapkan pada Pokdarwis Wukirsari adalah

menyediakan produk atau jasa-jasa yang diperlukan wisatawan selama menikmati pariwisata melalui upaya penyediaan mulai dari yang biasa sampai dengan yang kualitas tinggi tentang batik tulis” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Selain menikmati keindahan Desa Wukirsari hal lainnya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan adalah seni budaya masyarakat Desa Wukirsari serta keramahan masyarakatnya. Hal ini diakui oleh para informan sebagai pengunjung, yang menyatakan bahwa:

“daya tarik dan motivasi saya berkunjung ke Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari adalah keindahan batik tulisnya dan keramahannya” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Bapak Bayu Bintoro, SE selaku penasehat ketua Pokdarwis Wukirsari mengatakan:

“Terus diadakanya lomba batik tulis juga daya tarik wisata untuk berkunjung ke Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari, juga sebagai sarana pelestarian seni batik tulis yang kami kembangkan” (Wawancara, 12 Juni 2017)



Gambar 3.3. Salah satu Panitia sedang menilai karya Batik Giriloyo

a. Harga

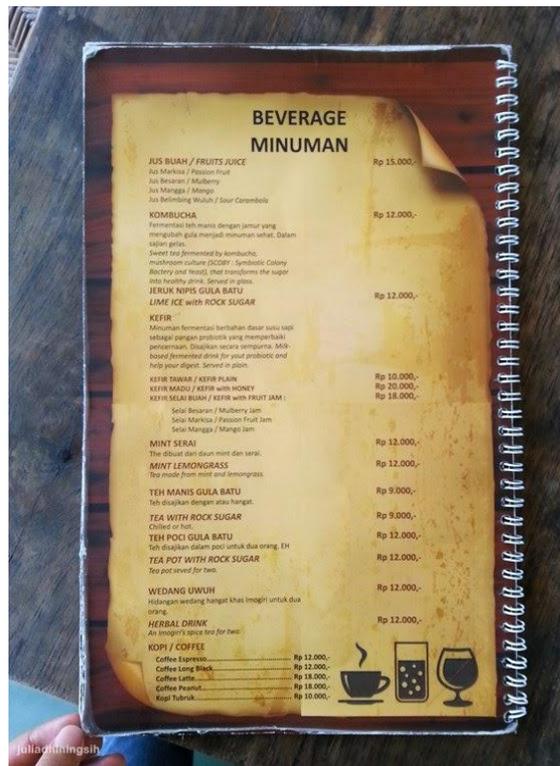
Rusni Wahidah selaku Sie Daya tarik wisata dan kenangan Pokdarwis Wukirsari, mengemukakan:

“Harga akomodasi di Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari termasuk kategori murah, perjalanan menggunakan motor hanya sekitar 1 liter bensin jika start dari Kota Yogyakarta. Di samping itu, jarak dari kota Yogyakarta ke lokasi objek wisata penelitian cukup dekat hanya sekitar 30 Km dan dapat ditempuh dalam waktu sekitar 45 menit. Hal ini tentunya membuat para wisatawan lebih memilih Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari sebagai pilihan mereka untuk berlibur dibandingkan dengan daerah lain seperti yang jaraknya relatif lebih jauh”. (Wawancara, 12 Juni 2017)

Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh beberapa informan pengunjung seperti informan mengenai harga, para informan mengatakan”

“biaya akomodasi di Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari termasuk murah mas yaitu untuk biaya masuk hanya sebesar Rp 5000,- dan untuk biaya parkir, parkir motor sebesar Rp 2000,- dan untuk mobil Rp 5000,-, harga makanan, minuman dan souvenir cukup murah dan masalah timbangan juga tidak mau menipu berbeda dengan daerah wisata lainnya yang mau menipu pengunjung ketika membeli oleh-oleh” (Wawancara, 12 Juni 2017).

Berikut foto daftar harga salah satu rumah makan di wisata Batik Giriloyo Wukirsari:



Gambar 3.4. Daftar Harga salahsatu rumah makan di Wisata Batik tulis Giriloyo Desa Wisata Wukirsari

b. Tempat

Bapak Bayu Bintoro, SE selaku penasehat ketua Pokdarwis

Wukirsari mengatakan:

“Penyediaan produk pariwisata di Wukirsari hingga saat ini masih ada beberapa yang kurang sesuai dengan harapan wisatawan. Sehingga para agen wisata yang ada belum bisa menjadikan Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari sebagai pilihan pertama untuk ditawarkan kepada para wisatawan. Hal ini berangkat dari kondisi pariwisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari yang masih perlu membenahan sarana dan prasarananya” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Rusni Wahidah selaku Sie Daya tarik wisata dan kenangan

Pokdarwis Wukirsari, mengemukakan:

“Penyebab lain adalah tanggapan masyarakat terhadap wisatawan masih rendah, kebersihan masyarakat maupun lingkungan masih

kurang memadai serta jalan menuju objek wisata yang berlubang dan sempit. Seperti kritik dan saran dari para pengunjung yang menyatakan bahwa kebersihan yang masih kurang terjamin, serta fasilitas permainan yang masih kurang. Untuk mengedukasi para pelaku wisata dan masyarakat agar meningkatkan kebersihan, maka kami melakukan kegiatan penyuluhan sadar wisata” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, kritik dan saran yang diberikan pengunjung kepada wisata batik Giriloyo yaitu menggunakan media tulis yang disiapkan pihak Pokdarwis dengan menuliskan kritik dan saran pada kotak yang disediakan didepan pintu masuk Batik Giriloyo Desa Wisata Wukirsari.

c. Promosi

Bapak Bayu Bintoro, SE selaku penasehat ketua Pokdarwis Wukirsari mengatakan:

“dalam meningkatkan kunjungan wisatawan kami melakukan beberapa promosi diantaranya iklan, pameran, personal seling seperti dari mulut ke mulut gitu” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Menurut Rusni Wahidah selaku Sie Daya tarik wisata dan kenangan Pokdarwis Wukirsari menyatakan strategi promosi yang dilakukan sebagai berikut:

“Kami memanfaatkan media sebagai salah satu strategi promosi wisata. Harapannya dengan beragam media tersebut bisa menjangkau semua orang baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain itu, sasaran promosi wisata juga ditujukan untuk pegawai pokdarwis Wukirsari dan obyek wisata serta budaya yang ada di Batik Tulis Giriloyo Desa Wisata Wukirsari” (Wawancara, 12 Juni 2017)

3. Bentuk-Bentuk Promosi Objek Wisata Desa Wukirsari khususnya Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari

Untuk mendukung suksesnya pemasaran batik tulis Giriloyo desa wisata Wukirsari dalam memasarkan kepariwisataan batik tulis, maka bentuk bauran promosi yang digunakan Pokdarwis Wukirsari mencakup yaitu:

a. Periklanan (*advertising*)

Pokdarwis Wukirsari menerapkan bentuk periklanan dalam memasarkan potensi wisata. Bentuk periklanan menurut media yang digunakan yaitu iklan lini bawah dan iklan lini atas. Pemilihan ini berdasarkan ketersediaan dana serta media yang paling efektif untuk beriklan.

Rusni Wahidah selaku Sie Daya tarik wisata dan kenangan Pokdarwis Wukirsari, mengemukakan:

“Kami menggunakan beberapa media eletronik (televisi, radio, dan website) surat kabar, spanduk, baliho dan lain – lain” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Gambar iklan yang ditampilkan di iklan Televisi TVRI:



Gambar 3.5. Iklan Promosi Batik Giriloyo di Televisi TVRI Yogyakarta

Sumber : Paguyuban Batik Tulis giriloyo 2017

Gambar iklan yang ditampilkan di iklan di website:



Gambar 3.6. Iklan Promosi Batik Giriloyo di Website

Sumber : Paguyuban Batik Tulis giriloyo 2017

Nur Ahmadi menambahkan :

“Media televisi yang kami gunakan yaitu televisi lokal seperti TVRI pada tanggal 2 Maret 2017. Kami juga selalu membuat press release untuk membentuk hubungan yang baik dengan media seperti Kompas, Tribun, dan Harian Jogja serta website dengan menampilkan foto-foto batik tulis Giriloyo desa wisata Wukirsari yang diperkirakan mampu menarik wisatawan lokal. Dan kami juga menggunakan media radio lokal seperti, GlobalFM pada tanggal 18 Maret 2017 dan Radio swaragama pada tanggal 20 Juni 2017 hal ini dilakukan supaya calon wisatawan dapat terbujuk untuk melakukan wisata ke batik tulis giriloyo desa wisata Wukirsari” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Bayu Bintoro, SE selaku penasehat ketua Pokdarwis Wukirsari melanjutkan :

“Spanduk dan baliho biasa kami gunakan menjelang suatu acara seperti kemarin diadakan pertunjukan lomba souvenir dan turunan batik dilaksanakan yang kami tempatkan di lokasi strategis, dimana semua orang dapat melihatnya” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Dalam beriklan yang pertama dilakukan oleh Kelompok Sadar

Wisata (Pokdarwis) Wukirsari dalam meningkatkan kunjungan wisatawan batik tulis Giriloyo Desa wisata Wukirsari yaitu menetapkan tujuan periklanan,, tujuan tersebut merupakan keputusan awal, dengan melihat keadaan calon wisatawan. Selanjutnya Pokdarwis Wukirsari membuat anggaran periklanan agar lebih terarah dan tepat sasaran. Dalam beriklan Pokdarwis Wukirsari menggunakan media elektronik (televisi, radio dan website) surat kabar, baliho dan spanduk.

Gambar promosi:



Gambar 3.7. Promosi Batik Giriloyo

Sumber : Paguyuban Batik Tulis giriloyo 2017

Contoh brosur:



Gambar 3.8 Promosi Batik Giriloyo Brosur Tahun 2017

Sumber : Paguyuban Batik Tulis giriloyo 2017

b. Penjualan secara personal (*Personal Selling*)

Penjualan secara personal (*Personal Selling*) yaitu interaksi langsung dengan satu atau lebih calon wisatawan prospektif untuk memberikan presentasi, menjawab pertanyaan, atau menghasilkan penjualan. Bukan Pokdarwis Wukirsari yang langsung turun ke lapangan untuk melakukan penjualan secara personal, tetapi beberapa agen wisata yang sudah berkoordinasi dengan Pokdarwis Wukirsari.

Sie daya tarik wisata dan kenangan, Ibu Rusni Wahidah, mengatakan:

“Sebelum kami melaksanakan pemasaran, kami melakukan kerjasama dengan agen wisata salah satunya adalah agen wisata perjalanan wisata Bima yang beralamat di Jl. MAS Suharto No.16, hal ini kami lakukan agar dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran kami tidak salah langkah” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Penjualan secara personal biasanya dilakukan oleh agen wisata. Agen wisata harus mempunyai pengetahuan yang mendalam mengenai kebutuhan, selera, dan preferensi calon wisatawan. Dan agen wisata sudah mengetahui tentang wisata batik tulis Giriloyo di desa Wisata Wukirsari. Mereka perlu memahami motivasi wisatawan, tujuan perjalanan, lama perjalanan, anggaran yang disediakan, serta kebutuhan-kebutuhan khusus (misalnya, bepergian bersama anak kecil atau lansia) dari wisatawan. Strategi komunikasi pemasaran dirasakan sangat sulit dilakukan jika tanpa mengetahui sasaran yang dituju. Yang mengakibatkan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan sia-sia. Dalam memasarkan pariwisata selain sebagai sarana memperkenalkan produk wisata juga sebagai sarana untuk bersaing dalam dunia kepariwisataan yang sangat tergantung pada seberapa jauh khalayak sudah dikenal.

Bagi pemasar, perkembangan media komunikasi pemasaran tersebut memberikan alternatif cara dan platforms untuk berinteraksi dengan wisatawan/ calon wisatawan. Akan tetapi, perkembangan ini sekaligus memberikan tantangan untuk merancang menjadi serangkaian upaya yang terencana dan terkoordinasi untuk menghasilkan pesan pemasaran yang jelas, konsisten, dan menghasilkan dampak yang tinggi.

Ketua Pokdarwis Bapak Nur Ahmadi menambahkan:

“Desa Wisata Batik tulis Giriloyo melakukan promosi penjualan dengan cara :1) Atraksi wisata desa wisata Wukirsari pada Bulan Maret 2017, 2) Pameran dagang yang diadakan pada Bulan Februari 2017, 3) *Word of mouth*. Perbedaan antara atraksi wisata dengan pameran dagang yang dilakukan oleh Kampung Wisata Batik tulis Giriloyo adalah apabila atraksi wisata lebih menekankan pada pengenalan budaya Jawa kepada masyarakat luas, sedangkan pameran dagang menekankan pada pengenalan produk yang dijual oleh pelaku usaha di desa wisata Batik tulis Giriloyo ” (Wawancara, 12 Juni 2017)



Gambar 3.9. Brosur Pameran Dagang Batik Giriloyo Bulan September 2016

Kegiatan pemasaran ini dilakukan Oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Wukirsari dalam meningkatkan kunjungan wisatawan batik tulis Giriloyo Desa wisata Wukirsari dengan langsung bertatap muka

antara tenaga promosi dan sub promosi. Pokdarwis bekerja sama dengan agen wisata. Agen wisata yang dimaksud harus mempunyai pengetahuan mendalam mengenai kebutuhan selera, dan preferensi calon wisatawan. Penggunaan *personal selling* lebih efektif dan efisien dari pada unsur bauran pemasaran lainnya. Yang melakukan promosi *personal selling* adalah warga masyarakat Wukirsari pada bulan Juli 2017.



Gambar 3.10. contoh promosi *personal selling* Salah satu Kartu nama untuk kontak batik tulis Giriloyo

Personal selling di batik tulis Giriloyo Desa wisata Wukirsari yaitu dengan melakukan presentasi kepada para wisatawan dengan menjelaskan jenis kain, motif, corak serta harga dari produk batik yang dijual. Berikut pernyataan narasumber:

“Disini untuk periklananya seperti *personal selling* batik tulis Giriloyo Desa wisata Wukirsari seperti melakukan presentasi dengan para wisatawan caranya dengan menjelaskan jenis kain, motif, corak serta harga dari produk batik yang dijual di batik tulis Giriloyo ini mas”

Berikut gambar promosi:



Gambar 3.11. Promosi Batik Giriloyo

Sumber : Paguyuban Batik Tulis giriloyo 2017

c. Acara (Event)

Merancang acara tertentu atau lebih dikenal dengan peristiwa khusus (*special event*) yang dipilih dalam jangka waktu, tempat, dan objek tertentu yang khusus sifatnya untuk mempengaruhi opini publik. Beberapa jenis kegiatannya termasuk *lomba souvenir turunan batik*.

Berikut pernyataan Bayu Bintoro:

“untuk mempromosikan batik tulis Giriloyo pada tanggal 30 Maret 2017 oleh Dinas perindustrian dan perdagangan Pemda D.I.Yogyakarta mengadakan acara lomba souvenir turunan batik itu salah satu ajang promosi pemasaran untuk meningkatkan kunjungan wisata batik tulis Giriloyo” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Salah satu cara yang dinilai menarik untuk membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi batik tulis Giriloyo desa wisata Wukirsari adalah dengan melaksanakan dan mengikuti acara pada tanggal 30 bulan Maret 2017 yaitu pagelaran seni batik tulis, pameran budaya, seni dan

objek wisata di Wukirsari. Baik yang dilaksanakan sendiri oleh Pokdarwis Wukirsari maupun kegiatan yang merupakan bentuk kerjasama dengan pemerintah pusat atau swasta bahkan dengan mahasiswa.

Sama halnya yang dikatakan oleh Nur Ahmadi bahwa:

“Strategi pemasaran lainnya yang kami lakukan adalah melalui pagelaran dan pameran, baik yang kami laksanakan maupun yang kami ikuti. Pada pameran yang kami laksanakan, kami bekerjasama dan mengundang Dinas Kabupaten Bantul, untuk menikmati objek wisata yang kami tawarkan, dengan harapan objek wisata tersebut dapat dipromosikan ditingkat pusat. Kami juga mengundang para investor dengan harapan mereka mau berinvestasi dibidang kepariwisataan di batik tulis Giriloyo wisata Wukirsari” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Kegiatan pagelaran budaya dan pameran pembangunan biasanya dilaksanakan saat memperingati hari-hari besar dan hari jadi Pokdarwis Wukirsari.

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Wukirsari dalam meningkatkan kunjungan wisatawan batik tulis Giriloyo Desa wisata Wukirsari telah melakukan dan mengikuti serangkaian event yang dilaksanakan di Kabupaten Bantul. Dalam event tersebut melibatkan banyak sponsor salah satunya adalah dari produk kecantikan marthatilaar untuk menunjang event yang dilaksanakan, kerjasama yang dilakukan dengan marthatilaar guna mempromosikan produk kecantikan marthatilaar. Pokdarwis Wukirsari berusaha menyajikan dan menampilkan yang terbaik dalam setiap acara yang diikuti baik event yang bertaraf lokal dan nasional karena setiap apa yang ditampilkan

akan dilihat oleh masyarakat di dunia. Sehingga batik tulis Giriloyo semakin dikenal dan mampu menarik wisatawan lebih banyak lagi.

Gambar brosur :



Gambar 3.12. Promosi Batik Giriloyo Pada 30 Maret 2017

Sumber : Paguyuban Batik Tulis giriloyo 2017



Gambar 3.13. Promosi Batik Giriloyo Pada 30 Maret 2017

Sumber : Paguyuban Batik Tulis giriloyo 2017

d. Publisitas (*Publicity*)

Metode publisitas menyediakan fasilitas kepariwisataan dengan prinsip - prinsip memberi sugesti. Media publisitas pariwisata yang digunakan oleh Pokdarwis Wukirsari terdiri dari: materi tercetak, iklan, dan bentuk struktural. Media tercetak seperti leaflet, brosur dan booklet yang memberikan data dan uraian yang menarik tentang perjalanan wisata yang ditawarkan, lengkap dengan rutenya, kendaraan yang digunakan, makanannya, harganya dan sebagainya. Bentuk struktural yang dimaksud medianya berbentuk struktural yang dilakukan seperti media ini diletakkan di tempat yang strategis di sepanjang jalur utama yaitu kota Yogyakarta, di Bantul, sleman, kulonprogo, Gunungkidul

Seperti yang dituturkan oleh Ibu Rusni Wahidah :

“Pembuatan dan penyebaran leaflet, booklet dan brosur yang berisi informasi objek wisata yang terdapat di desa wisata wukirsari, tak luput menjadi salah satu bentuk bauran pemasaran yang dianggap efisien dan efektif seperti informasi yang terdapat dalam iklan yang kami buat. Kemudian kami berikan pada pengusaha hotel atau penginapan”. (Wawancara, 12 Juni 2017)

Berikut pernyataan Bayu Bintoro

“Kegiatan PR yang dilakukan yaitu sosialisasi masyarakat. Paguyuban Wisata Batik tulis Giriloyo melaksanakan sosialisasi yang dilakukan setiap hari Minggu dikantor Pokdarwis Wukirsari kepada masyarakat tentang hal-hal yang berkaitan dengan Kampung Wisata Batik tulis Giriloyo, diantaranya sosialisasi tentang sejarah tulis Giriloyo, sosialisasi pelatihan membatik dan event yang akan di lakukan di Showroom Batik Giriloyo” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Media publisitas pariwisata yang digunakan oleh Kelompok Sadar

Wisata (Pokdarwis) Wukirsari dalam meningkatkan kunjungan wisatawan batik tulis Giriloyo Desa wisata Wukirsari terdiri dari: materi tercetak, iklan, dan bentuk struktural. Media tercetak seperti leaflet, brosur dan booklet yang memberikan data dan uraian yang menarik tentang perjalanan wisata yang ditawarkan, lengkap dengan rutanya, atraksinya, hotelnya, kendaraan yang digunakan, harganya dan sebagainya. Media iklan yang digunakan Pokdarwis Wukirsari yaitu melalui surat kabar dan pemasangan iklan pada surat kabar tersebut tidak dipungut biaya, wisata batik tulis Giriloyo tidak bermaksud beriklan, melainkan pihak surat kabar sendiri yang ingin memberitakan kegiatan yang dilakukan wisata batik tulis Giriloyo contohnya seperti pagelaran seni dan masih banyak lagi. Media bentuk struktural, media ini diletakkan di tempat yang strategis di sepanjang jalur utama yaitu kota Yogyakarta dan sekitarnya.



Gambar 3.14. Sosialisasi Pelatihan Membatik kepada masyarakat Wukirsari

e. Media iklan

Pokdarwis Wukirsari tidak mengeluarkan biaya karena akan di promosikan langsung melalui surat kabar seperti Koran Kompas dan Tribun yang menuliskan tentang kelebihan – kelebihan yang dimiliki oleh batik tulis desa wisata Wukirsari.

Berikut pernyataan Nur Ahmadi bahwa:

“promosi di surat kabar seperti koran Kompas, tribun kami tidak mengeluarkan biaya, karena itu termasuk berita tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki batik tulis di Wukirsari ini, pihak koran mendapatkan keuntungan berita, pihak kami mendapatkan keuntungan promosi” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Seperti yang dituturkan oleh Ibu Rusni Wahidah :

“Mediannya berbentuk struktural yang dilakukan seperti media Baliho ini diletakkan di tempat yang strategis di sepanjang jalur utama yaitu kota Yogyakarta, di Bantul, sleman, kulonprogo, Gunungkidul” (Wawancara, 12 Juni 2017)



Gambar 3.15. Baliho yang diletakkan di Perempatan Rringroad Utara

f. Pemasaran dari mulut ke mulut (*Word-of-mouth Marketing*)

Pemasaran dari mulut ke mulut (*Word-of-mouth Marketing*) yaitu komunikasi lisan atau tertulis dari orang ke orang atau komunikasi elektronik yang berkaitan dengan hasil atau pengalaman mengunjungi suatu destinasi wisata. Pokdarwis Wukirsari memanfaatkan pengalaman wisatawan domestik yang mengunjungi batik tulis Giriloyo desa wisata Wukirsari untuk mempromosikan pariwisata kepada calon wisatawan. Dalam hal ini pengaruh individu lebih kuat dari pada informasi dari iklan.

Nur Ahmadi mengatakan :

“Saya yakin setiap wisatawan yang sudah berkunjung ke batik tulis Giriloyo, paling tidak ada 1 atau 2 orang yang menceritakan pengalamannya selama berwisata kepada rekannya atau keluaraganya. Kegiatan ini seperti mempengaruhi calon wisatawan untuk datang berkunjung ke wisata batik tulis Giriloyo” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Senada dengan yang dituturkan oleh Ibu Rusni Wahidah :

“Personal selling di Kampung Wisata Batik Giriloyo yaitu dengan melakukan presentasi kepada para wisatawan dengan menjelaskan jenis kain, motif, corak serta harga dari produk batik yang dijual” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Dari hasil wawancara di Desa Wisata Batik Giriloyo, promosi yang dirasa paling efektif adalah word of mouth (mulut ke mulut). Senada dengan Bapak Bayu Bintoro :

“dari semua kegiatan pemasaran yang telah dilakukan dirasa efektif akan tetapi yang paling efektif adalah word of mouth (mulut ke mulut)” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Pernyataan salah satu informan:

“ada salah satu pengunjung yang membeli batik di Giriloyo mengatakan bahwa ada rekomendasi dari teman yang pernah membeli batik di Giriloyo, jadi istilahnya dari mulut ke mulut itu ya promosinya? Banyak sih mas gak hanya satu atau dua pengunjung yang datang kesini karena temanya sudah pernah membeli di Batik Giriloyo ini” (Wawancara 16 Agustus 2017)

Kebanyakan komunikasi antar manusia adalah melalui mulut ke mulut. Setiap hari orang berbicara dengan yang lainnya, saling tukar pikiran, tukar informasi, saling berkomentar dan proses komunikasi yang lainnya. Sebagian besar wisatawan yang sudah mengunjungi wisata batik tulis Giriloyo mengetahui merek produk barang atau jasa lebih banyak disebabkan adanya komunikasi dari mulut ke mulut. Hal ini terjadi karena informasi dari teman ke teman akan lebih dapat dipercaya dibandingkan informasi yang diperoleh dari iklan. Informasi langsung akan dapat bernilai dan dapat dipercaya dibandingkan informasi dari brosur. Dalam hal ini pengaruh individu lebih kuat dari pada informasi dari iklan.

Berdasarkan wawancara dengan narasumber pihak pokdarwis Wukirsari, strategi Pokdarwis Wukirsari dalam usaha meningkatkan jumlah kunjungan wisata batik tulis Giriloyo di Desa wisata Wukirsari Imogiri adalah dalam kegiatan komunikasi Pemasaran yang dilaksanakan dapat meningkatkan arus kunjungan wisatawan. Oleh karena itu melalui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Wukirsari dalam meningkatkan kunjungan wisatawan batik tulis Giriloyo Desa wisata Wukirsari dapat

menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak. Setiap instansi ataupun organisasi yang ingin mencapai tujuan instansi selalu berusaha memperkenalkan produknya agar diketahui dan dikenal oleh khalayak. Metode yang tepat untuk mengenalkan produk tersebut adalah melalui penggunaan strategi komunikasi pemasaran.

Setelah penulis melakukan penelitian, penulis mendapatkan beberapa pelaksanaan komunikasi pemasaran yang mencakup bauran pemasaran oleh Pokdarwis Wukirsari. Bauran pemasaran ini memberikan strategi yang optimal untuk setiap alat-alat pemasaran yang dipilih. Setiap metode yang dipilih kadang-kadang tumpang tindih dengan metode yang lainnya. Tiap-tiap metode pemasaran memiliki keunggulan masing-masing. Pokdarwis Wukirsari dalam penerapan strategi bauran pemasaran, memberikan penjelasan kepada calon wisatawan agar tertarik untuk mengunjungi daerah wisata yang ditawarkan. Unsur-unsur bauran pemasaran yang digunakan adalah: Periklanan (*advertising*), Penjualan secara personal (*Personal Selling*), Acara (*Event*), Publisitas (*Publicity*), Media iklan dan, Pemasaran dari mulut ke mulut (*Word-of-mouth Marketing*)

4. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Pemasaran Batik tulis Giriloyo desa wisata Wukirsari

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pokdarwis Wukirsari banyak dipengaruhi oleh faktor – faktor lain. Baik itu faktor internal maupun eksternal, yang kemudian berdampak bagi efektifitas dari strategi

komunikasi yang dilakukan. Faktor – faktor tersebut antara lain :

a. Faktor Pendukung

1) Potensi Wisata batik tulis Giriloyo.

Seperti yang dikatakan oleh Bayu Bintoro, SE selaku penasehat ketua pokdarwis Wukirsari :

“Wukirsari memiliki banyak potensi wisata, khususnya batik tulis Giriloyo baik itu objek wisata yang sudah menjadi andalan dan objek wisata yang belum tersentuh oleh Disbudpar” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Wisata batik tulis Giriloyo memiliki keunggulan dari segi potensi wisata yang dimiliki. Tersedianya objek-objek wisata dan *event - event* yang cukup banyak dan beraneka ragam. Tersedia pula pendukung lainnya yang terkait dengan dunia kepariwisataan yaitu: penjualan batik tulis, toko cinderamata dan lain-lain.

Pernyataan salah satu informan:

“Indikator keberhasilan yang ada di Batik Giriloyo desa Wukirsari ini, masyarakat disini selalu berlatih untuk bermacam-macam bentuk batik jadi hampir tiap hari memproduksi batik, dan kami melakukan perbaikan sarana fisik seperti tempat showroom batik kami desain dengan bagus guna menarik untuk pelanggan batik Giriloyo ini” (Wawancara 16 Agustus 2017)

2) Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi

Di era globalisasi ini tentunya tidak akan terlepas dari teknologi informasi dan komunikasi. Kehadiran teknologi sangat membantu Pokdarwis Wukirsari dalam mempromosikan pariwisata yang ada di desa wisata Wukirsari. Melalui teknologi calon wisatawan dapat melihat sebagian kecil dari suatu destinasi wisata.

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi telah memberikan dampak yang sangat baik bagi industri pariwisata di wisata batik tulis Giriloyo. Tersedianya beragam platform telah memberi kemudahan bagi penyebaran informasi khususnya dalam bidang kepariwisataan.

b. Faktor Penghambat

- 1) Kurangnya kesadaran masyarakat. Industri pariwisata di Kelurahan Wukirsari memerlukan dukungan dari masyarakat.

Ketua Pokdarwis Wukirsari Bapak Nur Ahmadi mengatakan :

“Sangat disayangkan objek wisata yang ada di Wukirsari mendapatkan perlakuan baik dari wisatawan. Terdapat banyak coretan di sarana yang kami sediakan dan juga sampah yang berserakan. Dalang dari sampah dan coretan tersebut tidak lain adalah pengunjung yang nakal yang merupakan masyarakat local” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Kurangnya kesadaran wisatawan, dimana banyak kondisi objek wisata yang tidak terpelihara dengan baik. Industri pariwisata di wisata batik tulis Giriloyo memerlukan dukungan dari masyarakat lokal.

- 2) Keterbatasan dana dan Infrastruktur. Masih banyak infrastruktur pendukung bagi industri pariwisata yang juga memerlukan dana yang tidak sedikit. Misalnya pemeliharaan objek wisata, dan penambahan infrastruktur penunjang.

Sie Humas dan Pengembangan SDM Ibu Nurjannah mengungkapkan :

“Pariwisata batik tulis Wukirsari masih terkendala dalam bidang

infrastruktur. dana yang dianggarkan oleh pemerintah terbilang sangat minim untuk pariwisata. Untuk infrastruktur di bidang pariwisata masih termasuk penunjang, dimana pemerintah senantiasa menggunakan skala prioritas” (Wawancara, 12 Juni 2017)

Keterbatasan dana dan Infrastruktur. Meski pemerintah telah menganggarkan dana yang cukup banyak bagi pemasaran pariwisata batik tulis Giriloyo, hal ini dinilai masih belum cukup. Dimana masih banyak infrastruktur pendukung bagi industri pariwisata yang juga memerlukan dana yang tidak sedikit. Misalnya pemeliharaan objek wisata, dan penambahan infrastruktur penunjang.

Dalam melaksanakan kegiatan promosi wisata Pokdarwis Wukirsari juga menemui beberapa kendala. Menurut Ketua Pokdarwis Wukirsari Bapak Nur Ahmadi, pihaknya menemui beberapa kendala sebagai berikut:

“Belum dapat memaksimalkan promosi wisata secara besar-besaran seperti event keluar Jawa atau internasional, karena terbatasnya dana yang dianggarkan. Sebagaimana diketahui bersama bahwa alokasi Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Bantul masih mayoritas untuk belanja rutin”

Melalui pendapat dari Bayu Bintoro, SE selaku penasehat ketua pokdarwis Wukirsari menemui kendala berupa minimnya dana/anggaran yang diperoleh dari pemerintah daerah (pemda) untuk kegiatan promosi wisata. Hal ini menjadikan setiap event/acara promosi wisata yang dilakukan Dinas tidak berlangsung secara meriah. Hal tersebut membuat promosi wisata kurang bisa menarik para wisatawan. Pernyataan yang berbeda dikemukakan oleh Budi

Surahman selaku kepala Seksi Pengembangan Obyek dan Sarana Wisata, menyatakan sebagai berikut:

“Kami menemui kendala berupa belum adanya bagian khusus di kelompok kami yang menangani masalah promosi wisata, misalnya bagian *public relations* di Pokdarwis Wukirsari. Di lembaga kami selain menaungi bidang pariwisata juga menaungi bidang kebudayaan, pemuda dan olahraga. Hal ini membuat kami mengalami kesulitan saat ingin berkoordinasi”

Berdasarkan pendapat tersebut diperoleh informasi, bahwa Pokdarwis Wukirsari menemukan hambatan dalam hal belum adanya dinas yang khusus mengurus bidang pariwisata. Hal ini menimbulkan masalah dalam hal koordinasi antar pegawai dengan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Kabupaten Temanggung Kabupaten Bantul.

Informasi berbeda peneliti peroleh dari Sie Humas dan Pengembangan SDM Ibu Nurjannah, menyatakan sebagai berikut:

Obyek wisata belum ditata dan dikelola dengan baik, termasuk belum terpenuhinya sarana dan fasilitas pendukung bagi wisatawan. Hal ini kadang-kadang membuat para wisatawan domestik enggan mengunjungi obyek wisata Batik giriloyo Wukirsari. Apabila sudah mengunjungi mereka enggan berlama-lama karena minimnya sarana dan prasarana.

Melalui pernyataan tersebut diketahui bahwa sarana pendukung pengembangan wisata batik Giriloyo Wukirsari masih minim. Hal ini bisa dilihat dari sarana infrastruktur jalan yang menuju obyek wisata masih belum semuanya sempurna. Sering dikumpai kerusakan jalan. Hal ini tentu akan mengurangi kenyamanan para wisatawan selama perjalanan. Masalah tidak berhenti disitu, ketika wisatawan sudah berada di obyek wisata masih ditemui minimnya sarana dan prasarana

pendukung. Hal ini mengakibatkan para wisatawan enggan berlama-lama berada di obyek wisata tersebut.

c. Langkah yang di Tempuh dalam Mengatasi Hambatan Promosi Wisata.

Hambatan-hambatan yang ditemui oleh Pokdarwis Wukirsari dalam melakukan kegiatan promosi wisata perlu dicarikan langkah penyelesaiannya agar tidak mengganggu program promosi wisata yang sudah dibuat oleh Pokdarwis Wukirsari.

Menurut Sie Humas dan Pengembangan SDM Ibu Nurjannah, langkah yang sudah ditempuh jajarannya sebagai berikut:

“Upaya yang kami lakukan untuk mengatasi hambatan kegiatan promosi wisata adalah dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak/instansi dan lembaga baik negeri maupun swasta seperti Kelompok Sadar Wisata Wukirsari, kerjasama dengan pihak swasta”

Berdasarkan pendapat di atas, langkah yang ditempuh Pokdarwis Wukirsari untuk mengatasi masalah yang muncul dalam kegiatan promosi wisata adalah dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang ada pihak travel wisata dari berbagai daerah di luar Jawa. Mereka duduk bersama mencari solusi penyelesaian. Hal ini terbukti cukup efektif.

Pendapat yang hampir sama juga dikemukakan oleh Ketua Pokdarwis Wukirsari Bapak Nur Ahmadi, menyatakan sebagai

berikut:

“Dalam menangani berbagai permasalahan yang timbul kami tidak sendirian menyelesaikannya. Kami selalu menjalin komunikasi dengan berbagai stakeholder pariwisata di Bantul. Mereka dimintai saran, nasehat dan masukannya”

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa Pokdarwis Wukirsari sangat terbuka sekali mendengarkan saran dan masukan dari pihak luar. Apalagi, Pokdarwis Wukirsari berinisiatif berkomunikasi dengan berbagai pihak dalam usaha membangun dunia pariwisata di Kabupaten Bantul.

B. Pembahasan

Strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai (Cangara, 2013:63). Perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Pokdarwis Wukirsari terhadap pengembangan pariwisata daerah adalah adanya tujuan yang jelas dan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Hal ini dapat kita lihat dari adanya visi misi yang jelas dari Pokdarwis Wukirsari untuk menarik minat wisatawan dan menambah lama tinggal wisatawan di wisata Wukirsari khususnya lokasi penelitian yaitu batik Giriloyo.

Sebagai realisasi visi dan misi tersebut disusun beberapa program dan kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai maksudnya. Salah satunya adalah kegiatan *event* batik tulis. *Event* batik tulis dilaksanakan oleh Pokdarwis Wukirsari bertujuan untuk menggali, melestarikan dan mengembangkan kesenian

dan kebudayaan batik. Sekaligus memperkenalkan ke dunia luar bahwa batik tulis Giriloyo merupakan salah satu sentra batik tulis. *Event* ini dikemas dengan baik seperti pelaksanaan event yang digelar di tempat yang luas, tempat yang mudah dijangkau kerjasama dengan sponsor-sponsor terkenal seperti Marthatilaar, agar dapat ditampilkan menjadi atraksi seni budaya pameran batik yang mempunyai daya tarik untuk mendatangkan wisatawan ke batik tulis Giriloyo. Melalui *event* ini wisatawan juga disuguhkan keindahan alam objek wisata di Wukirsari, sekaligus dapat mengetahui serta menikmati seni batik Giriloyo.

Rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dalam pemasaran objek wisata batik Giriloyo Wukirsari adalah sebagai berikut:

- 1) Menata dan meningkatkan daya tarik Objek Wisata batik Giriloyo Wukirsari.
- 2) Menggali, melestarikan dan mengembangkan kesenian dan kebudayaan Wukirsari.
- 3) Bekerja sama dengan media massa untuk pemberitaan positif tentang batik Giriloyo Wukirsari.
- 4) Menjalin kerjasama dengan *stakeholders*, investor dalam pengembangan pariwisata.
- 5) Melakukan promosi pariwisata yang seluas-luasnya, seperti melakukan kerjasama dengan travel wisata di luar pulau Jawa.

Berikut pembahasan tentang analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari:

1. Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Batik

Tulis Giriloyo Desa Wukirsari oleh Pokdarwis Wukirsari

Dari pengertian pencapaian strategi yang efektif tersebut, apabila kita bandingkan dengan hasil temuan penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran objek wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari tampak dengan jelas prinsip-prinsip tersebut diatas masih sangat jauh dari kenyaataan. Kepemimpinan seharusnya memiliki komitmen dan terkoordinasi, strategi hendaknya memberikan kepemimpinan yang memiliki komitmen dan tanggung jawab terhadap pencapaian tujuan pokok. Terdapat lima prinsip untuk mendasari penyusunan perencanaan yang ideal adalah prinsip partisipatif, prinsip kesinambungan, prinsip holistic, mengandung sistem yang berkembang, terbuka dan demokratis (Cangara, 2013: 31). Kenyataan pada hasil temuan penelitian bahwa, prinsip perencanaan yang partisipatif dan demokratis sudah dilaksanakan seperti Periklanan (*advertising*), Penjualan secara personal (*Personal Selling*), Acara (Event), Publisitas (*Publicity*), Media iklan dan Pemasaran dari mulut ke mulut (*Word-of-mouth Marketing*), dalam kegiatan pemasaran objek wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari. Perencanaan strategi komunikasi pemasaran objek wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari selama ini disusun oleh *intern* Pokdarwis Wukirsari sendiri tanpa melibatkan para *Stakeholders* pariwisata lainnya. Para pelaku wisata ini dilibatkan hanya pada waktu pelaksanaan kegiatan promosi misalnya pameran, *event* dan sebagainya sehingga mereka menganggap peran

mereka tidak maksimal dalam memajukan pariwisata di daerah.

Pokdarwis Wukirsari menyusun sendiri bagaimana bentuk promosi yang akan dilaksanakan, lokasi pelaksanaannya dimana dan kapan waktu pelaksanaan tetapi didukung oleh Dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Bantul. Dalam penentuan pelaksanaan promosi melalui *event* didasarkan kepada tujuan penggalan, pemeliharaan dan pengembangan Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari yang mulai terlupakan oleh generasi sekarang. Hal ini mempunyai nilai yang tinggi dan berpotensi untuk dikembangkan, serta layak untuk dijadikan sebagai atraksi wisata yang dapat menarik minat wisatawan.

Menurut hasil wawancara peneliti dengan informan para pengelola Pokdarwis Wukirsari diikutsertakan pada saat pelaksanaan promosi baik melalui pameran, maupun pelaksanaan *event* batik tulis. Para pelaku wisata juga mengatakan bahwa adanya keterlibatan mereka pada saat pelaksanaan promosi namun kedepannya mereka mengharapkan dapat diikutsertakan mulai dari tahap perencanaannya. Sehingga mereka dapat mengetahui strategi pemasaran pariwisata di Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari.

Perencanaan pemasaran objek wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari dilaksanakan guna mewujudkan strategi yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul dalam mencapai tujuan pembangunan di bidang pariwisata yang terdapat dalam RPJMD Kabupaten Bantul. Perencanaan pemasaran ini, menyatakan bahwa objek

wisata, seni dan budaya Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari harus dipelihara dan dikembangkan sebagai paket wisata dalam menyambut para wisatawan pada setiap destinasi dan menambah lamanya para wisatawan untuk tinggal di Kabupaten Bantul dalam meningkatkan perekonomian masyarakat.

Pada tahap koordinasi, Pokdarwis Wukirsari melakukan koordinasi yaitu terhadap Dinas Kebudayaan, pelaku budaya serta masyarakat Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari menjelang waktu pelaksanaan suatu *event* seperti lomba souvenir turunan batik pada bulan Maret 2017 yang lalu. Wawancara dengan informan diperoleh bahwa koordinasi tersebut dilakukan dengan mengundang para pihak untuk penyamaan konsep untuk sinergitas pariwisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari dengan melakukan aspek penggalian, pelestarian dan pengembangan seni budaya. Hal ini juga dilakukan dalam pembinaan-pembinaan terhadap perajin batik lainnya untuk mengkoordinasikan kepada setiap pengelola perain seni batik agar ikut ambil bagian untuk kegiatan promosi tahun berikutnya.

2. Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari oleh Pokdarwis Wukirsari

Berdasarkan pengertian tentang strategi bauran pemasaran dan komunikasi pemasaran terpadu dari beberapa literatur yang kaitannya dengan strategi pemasaran objek wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari adalah sebagai berikut:

a. Produk

Komponen pokok produk dalam sektor pariwisata di Desa Wukirsari khususnya objek wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari terkenal salah satunya dengan keramahan masyarakat setempat. Hasil wawancara peneliti dengan informan, pelayanan di lokasi penelitian sangat memuaskan, dan kualitas pelayanannya juga memuaskan. Di samping itu biaya kebutuhan selama berwisata relatif murah.

Wisatawan terkesan dengan keindahan alam, cuaca yang baik, keramahan dan kebaikan kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat Wukirsari. Hal ini menunjukkan bahwa keramahan masyarakat Wukirsari menjadi salah satu pemikat wisatawan berkunjung ke lokasi penelitian. Transportasi yang menghubungkan tempat asal wisatawan dengan daerah tujuan wisatawan serta transportasi di tempat tujuan ke objek-objek pariwisata, objek wisata dan atraksi wisata pada daerah tempat tujuan wisata, serta fasilitas yang dibutuhkan di tempat tujuan tersebut seperti akomodasi rekreasi sudah relatif memadai.

Strategi produk yang diterapkan pada Pokdarwis Wukirsari adalah menyediakan produk atau jasa-jasa yang diperlukan wisatawan selama menikmati pariwisata melalui upaya penyediaan mulai dari yang biasa sampai dengan yang kualitas tinggi tentang batik tulis. Selain menikmati keindahan Desa Wukirsari hal lainnya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan adalah seni budaya masyarakat Desa Wukirsari serta keramahan masyarakatnya. Hal ini diakui oleh

para informan sebagai pengunjung, yang menyatakan bahwa daya tarik atau motivasi mereka berkunjung ke Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari adalah keindahan batik tulisnya dan keramahannya. Diadakannya lomba batik tulis dijadikan sebagai daya tarik wisata untuk berkunjung ke Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari, juga sebagai sarana pelestarian seni batik tulis yang dikembangkan oleh Pokdarwis Wukirsari.

b. Harga

Kebijakan harga yang dipilih untuk sebuah produk pariwisata sering berhubungan langsung dengan *performance* produk dan peluangnya di masa depan. Dari semua elemen bauran pemasaran, keputusan penentuan harga adalah yang paling sulit untuk dibuat. Hal itu karena penentuan harga bagi produk pariwisata harus memperhitungkan kompleksitas yang ditimbulkan oleh sifat musimannya, perbedaan dalam segmen pasar (liburan atau perjalanan bisnis) dan sebagainya.

Penentuan harga merupakan bagian penting dari strategi pemasaran. Hal pertama yang mendominasi dalam mempengaruhi penentuan harga produk adalah keputusan-keputusan strategi usaha dengan pertimbangan *image* dan *product positioning*, *strategies for growth*, *market share* serta *return of investment*. Harga akomodasi di Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari termasuk kategori murah. Di samping itu, jarak dari kota Yogyakarta ke lokasi objek wisata

penelitian cukup dekat hanya sekitar 30 Km dan dapat ditempuh dalam waktu sekitar 45 menit. Hal ini tentunya membuat para wisatawan lebih memilih Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari sebagai pilihan mereka untuk berlibur dibandingkan dengan daerah lain seperti yang jaraknya relatif lebih jauh. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh beberapa informan pengunjung seperti informan mengenai harga, para informan mengatakan harga atau biaya akomodasi di Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari termasuk murah. Demikian juga harga makanan, minuman dan souvenir cukup murah dan masalah timbangan juga tidak mau menipu berbeda dengan daerah wisata lainnya yang mau menipu pengunjung ketika membeli oleh-oleh.

c. Tempat

Karena sifat dan karakteristiknya yang khusus, produk pariwisata memerlukan bentuk distribusi yang juga khusus. Produk pariwisata merupakan satu produk khusus, tidak ada transfer kepemilikan, tetapi produk dan pelayanannya secara langsung disewa atau dikonsumsi. Hanya saja sebelum dapat dikonsumsi, produk tersebut harus tersedia dan dapat diakses. Hal ini memerlukan sistem distribusi yang merupakan saluran yang dipakai untuk memperoleh akses produk tersebut.

Semua lokasi dan titik penjualan atau saluran distribusi terhadap *customer* yang berhubungan dengan produk pariwisata, baik secara

langsung maupun tidak seperti *travel agency*, brosur, *bookled*, *leafled*, *telephone booking*, media cetak hingga *internet* telah digunakan oleh Pokdarwis Wukirsari dalam menyebarkan informasi yang diperlukan oleh calon wisatawan. Pemilihan saluran distribusi telah direncanakan dengan baik, dipilih yang dianggap paling efisien dan produktif dengan menyesuaikannya dengan sistem transportasi yang tersedia dan didukung oleh pelayanan informasi, materi publikasi, jenis promosi sehingga informasi sampai ke tangan wisatawan maupun calon wisatawan dengan cepat dalam waktu yang tepat.

Penyediaan produk pariwisata di Wukirsari hingga saat ini dinilai masih ada beberapa yang kurang sesuai dengan harapan wisatawan. Sehingga para agen wisata yang ada belum bisa menjadikan Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari sebagai pilihan pertama untuk ditawarkan kepada para wisatawan. Hal ini berangkat dari kondisi pariwisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari yang masih perlu pembenahan sarana dan prasarananya. Penyebab lain adalah tanggapan masyarakat terhadap wisatawan masih rendah, kebersihan masyarakat maupun lingkungan masih kurang memadai serta jalan menuju objek wisata yang berlubang dan sempit. Seperti jawaban dari para informan pengunjung yang menyatakan bahwa kebersihan yang masih kurang terjamin, serta fasilitas permainan yang masih kurang. Untuk mengedukasi para pelaku wisata dan masyarakat agar meningkatkan kebersihan, maka Pokdarwis Wukirsari melakukan

kegiatan penyuluhan sadar wisata.

d. Promosi

Pokdarwis Wukirsari telah menerapkan berbagai macam promosi dalam rangka meningkatkan jumlah wisatawan ke Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari. Promosi tersebut memperkenalkan objek-objek wisata yang bagus untuk dikunjungi, serta promosi *event* lomba batik tulis. Menurut Soemanegara (2006:48) bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*) terdiri dari *advertising, sales promotion, publicity, personal selling* dan *direct marketing*. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa Pokdarwis Wukirsari telah menggunakan seluruh elemen komunikasi pemasaran dalam mempromosikan potensi pariwisata Desa Wukirsari khususnya Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari. Promosi ini dimaksudkan untuk menunjukkan kepada wisatawan dan dunia bahwa Desa Wukirsari khususnya Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari aman untuk dikunjungi.

3. Bentuk-Bentuk Promosi Objek Wisata Desa Wukirsari khususnya Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari

Pokdarwis Wukirsari dalam mendukung kesuksesan pemasaran objek wisata Desa Wukirsari khususnya Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari melakukan promosi seluas-luasnya supaya menarik perhatian orang untuk mengunjunginya.

Bentuk-bentuk komunikasi pada tiap kegiatan dengan cara menyebarkan brosur, memasang spanduk, baliho dan *billboard* di tempat-tempat strategis. Pelaksanaan *event* yakni lomba dan pameran batik tulis dan sebagainya. Kemudian *advertising*, *sales promotion*, *publicity*, *personal selling* dibuat berbeda satu dengan lainnya.

Dari hasil wawancara dengan informan, ada beberapa cara yang mereka gunakan untuk melakukan promosi diantaranya adalah, pertama elektronik, yang kedua melalui media cetak. Media elektronik yang mereka gunakan adalah televisi, kemudian *website*, Facebook. Media lain yang mereka gunakan adalah media cetak melalui koran, majalah, brosur, *leaflet*, dan *booklet*.

Pada bidang pemasaran dan promosi usaha pariwisata, ada kegiatan yang namanya kerjasama promosi, bagaimana membangun kerjasama ini tentu ada kegiatan yang dinamakan rapat koordinasi pariwisata yang melibatkan *stakeholders* atau pihak terkait terutama pelaku-pelaku wisata. Tidak terlepas terutama para pelaku pariwisata maka mereka selalu diajak untuk bekerjasama sama misalnya kalau mereka melakukan promosi pariwisata di luar negeri, mereka juga sangat antusias membawa bahan-bahan promosi sampai ke luar negeri.

Bauran pemasaran yang dilakukan menggunakan IMC yaitu *advertising* (periklanan), *public relation* (humas), *sales promotion* (promosi penjualan) dan *direct selling*. Strategi komunikasi pemasaran objek wisata Desa Wukirsari khususnya Batik Tulis Giriloyo Desa

Wukirsari menggunakan strategi promosi secara detail sebagai berikut:

a. Advertising

Media periklanan yang dipakai oleh Pokdarwis Wukirsari untuk mempromosikan objek wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari adalah media surat kabar, radio, televisi, majalah, dan media luar ruangan. Media luar ruang yang digunakan untuk mempromosikan objek wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari adalah spanduk, baliho dan *billboard*. Spanduk, baliho dan *billboard* dipasang di beberapa kabupaten seperti Sleman, Yogya, Kulonprogo, Gunungkidul, Bantul. Di Kabupaten Bantul dipasang spanduk dan baliho di beberapa titik yang dianggap strategis dan banyak dilihat orang seperti pusat pasar, terminal kota, dan pintu masuk perbatasan Kabupaten Bantul. Pemasangan spanduk dan baliho tersebut bertujuan supaya orang yang melihatnya mengetahui tentang gambaran objek wisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari.

b. *Public Relations*

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul membuat pemberitaan di surat kabar tentang akan diadakannya *event* pameran dan lomba batik tulis sebagai salah satu upaya promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari, khususnya. Hal ini juga dilakukan untuk menginformasikan kepada masyarakat luas. Setelah *event* berlangsung, media juga banyak memberitakan tentang pelaksanaan *event*. Dengan adanya pemberitaan

mengenai kegiatan *event* ini baik di media lokal maupun nasional tentunya membuat masyarakat semakin antusias untuk mengunjungi dan menyaksikannya secara langsung. Ini merupakan momentum untuk mengangkat pariwisata yang ada di Indonesia khususnya destinasi wisata di Desa Wukirsari, sehingga dapat meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap pariwisata. Ajang tersebut sekaligus mendorong peran serta berbagai pihak, terutama pemerintah daerah untuk lebih mempromosikan daerah masing-masing.

c. *Sales Promotion*

Pokdarwis Wukirsari mengikuti berbagai pameran guna memperkenalkan potensi pariwisata Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari ke dunia luar daerah.

d. *Personal Selling*

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Wukirsari melaksanakan *travel dialog* ke beberapa daerah yang dianggap memiliki calon wisatawan yang potensial. *Travel dialog* ini dilakukan untuk memperkenalkan potensi dan kondisi pariwisata Wukirsari dimana semua objek wisata di Kabupaten ikut dipromosikan termasuk Batik Tulis Giriloyo Desa Wukirsari. Acara ini juga bertujuan melakukan kerjasama dengan *travel agent* yang ada di daerah tersebut agar mendatangkan wisatawan ke Wukirsari.

Tampilan bentuk periklanan yang dibuat oleh Pokdarwis Wukirsari adalah dengan menonjolkan sisi keindahan Batik Tulis

Giriloyo Desa Wukirsari. Agar penggunaan iklan efektif maka harus memakai tampilan dan bahasa yang menarik dengan tujuan memunculkan ketertarikan mengkonsumsi produk yang dipromosikan. Dalam hal tampilan iklan, pihak Pokdarwis Wukirsari karena daya tarik tampilannya perlu dimaksimalkan, dengan desain professional.

Informasi yang dimuat berisi tentang adanya *event* yang akan diselenggarakan baik berupa nama kegiatan, waktu dan tempat serta gambaran *event* tersebut. Pesan promosi dalam bentuk informatif dan edukatif dapat dilihat dalam bentuk berita tentang sinopsis kegiatan pameran dan lomba batik.

4. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata batik Giriloyo Wukirsari oleh Pokdarwis Wukirsari

Sesuai dengan hasil penelitian, strategi komunikasi pemasaran Dinas dalam dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor pendukung dan faktor penghambat.

a. Faktor Pendukung :

1) Potensi Wisata batik Giriloyo Wukirsari oleh Pokdarwis Wukirsari.

batik Giriloyo Wukirsari oleh Pokdarwis Wukirsari memiliki keunggulan dari segi potensi wisata yang dimiliki. Tersedianya objek-objek wisata dan *event - event* yang cukup banyak dan beraneka ragam. Tersedia pula pendukung lainnya yang terkait dengan dunia kepariwisataan yaitu: penjualan batik tulis, toko cinderamata dan lain-lain.

2) Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi telah memberikan dampak yang sangat baik bagi industri pariwisata di wisata batik tulis Giriloyo. Tersedianya beragam platform telah memberi kemudahan bagi penyebaran informasi khususnya dalam bidang kepariwisataan.

b. Faktor Penghambat

- 1) Kurangnya kesadaran masyarakat luas, dimana banyak kondisi objek wisata yang tidak terpelihara dengan baik.
- 2) Keterbatasan dana dan Infrastruktur. Meski pemerintah telah menganggarkan dana yang cukup banyak bagi pemasaran pariwisata batik tulis Giriloyo, hal ini dinilai masih belum cukup. Dimana masih banyak infrastruktur pendukung bagi industri pariwisata yang juga memerlukan dana yang tidak sedikit. Misalnya pemeliharaan objek wisata, dan penambahan infrastruktur penunjang.