

## PEMBUATAN BUKU PROFIL PANTAI BARU

Sarastrri Mumpuni dan Riszki Maulana

Universitas Islam Indonesia

### ABSTRACT

Ngentak Hamlet is a hamlet near the river Progo and southern sea so that before Merapi erupted majority of Hamlet Ngentak livelihood is sand miners. In 2010 tragedy volcanoes befall the area of Mount Merapi in the area of Yogyakarta and Central Java is one plus side is the abundance of sand so that the sand in Progo decreased turnover and it resulted in many of Hamlet Ngentak who have no livelihood so that at the time residents took the initiative to open a new Beach tourist area. Until now, the New Turkish stand and grow with tremendous potential. It was supported by the publication using the New Turkish media blog. But the lack of profile in the form of a hard copy of the attraction to make a manager experienced problems when required to do a presentation. From this, the authors try to provide solutions to make New Turkish Profile Books as one of the potential that exists in the hamlet village Ngentak Poncosari Srandakan Bantul. This activity aims to help managers in making presentations on New Beach, and for the documentation of data that has not been documented so that when it is needed again still no reference to previous data. The stages of its activities including socialization plan to make New Turkish Profile Books, gathering and grouping the data as needed, exposure result of making New Turkish Profile Books. With the profile of books, people, especially the new coastal managers more easily in the presentation of the new beach, if indeed they are needed. Community especially coastal managers feel that the book profiles and they are excited to be able to reproduce again and always update the data in the profile book if there is a change that should be changed.

Keywords: Pantai Baru, Profile Books

### ABSTRAK

Dusun Ngentak adalah dusun yang berada dekat dengan sungai Progo dan laut selatan sehingga sebelum Merapi meletus mayoritas warga Dusun Ngentak mata pencahariannya adalah penambang pasir. Pada tahun 2010 musibah gunung meletus menimpa kawasan Gunung Merapi di daerah DIY dan Jawa Tengah yang salah satu sisi positifnya adalah melimpahnya pasir sehingga pasir di Sungai Progo mengalami penurunan omset penjualan dan hal itu mengakibatkan banyaknya warga Dusun Ngentak yang tidak memiliki mata pencaharian sehingga pada saat itu warga berinisiatif untuk membuka lahan wisata Pantai Baru. Sampai saat ini Pantai Baru berdiri dan berkembang dengan potensi yang luar biasa. Hal itu ditunjang dengan publikasi menggunakan media blog Pantai Baru. Akan tetapi belum adanya profil berupa hardcopy dari objek wisata tersebut menjadikan pengelola mengalami kendala ketika dituntut untuk melakukan presentasi. Dari hal itu penulis mencoba memberikan solusi dengan membuat Buku Profil

Pantai Baru sebagai salah satu potensi yang ada di Dusun Ngentak Kelurahan Pongcosari Kecamatan Srandakan Kabupaten Bantul. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pengelola dalam melakukan presentasi tentang Pantai Baru, dan untuk dokumentasi data yang belum pernah didokumentasikan sehingga ketika dibutuhkan lagi masih ada acuan data sebelumnya. Adapun tahapan kegiatannya antara lain sosialisasi rencana pembuatan Buku Profil Pantai Baru, pengumpulan dan pengelompokan data sesuai kebutuhan, pemaparan hasil pembuatan Buku Profil Pantai Baru. Dengan adanya buku profil, masyarakat terutama pengelola pantai baru lebih mudah dalam melakukan presentasi tentang pantai baru apabila memang hal itu dibutuhkan. Masyarakat terutama pengelola pantai merasa terbantu dengan adanya buku profil dan mereka sangat antusias untuk bisa memperbanyak lagi dan selalu mengupdate data di buku profil tersebut apabila memang ada perubahan yang harusnya dirubah.

Kata kunci: Pantai Baru, Buku Profil

## 1. PENDAHULUAN

Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti banyak, berputar-putar dan lingkup, sedangkan *wisata* adalah perjalanan. Pariwisata adalah istilah yang diberikan apabila seseorang wisatawan melakukan perjalanan itu sendiri atau dengan kata lain aktivitas dan kejadian yang terjadi ketika seseorang pengunjung melakukan perjalanan, (Muawanah, 2013).

Definisi lain tentang pariwisata, terdapat dalam Undang-Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisata, dimana yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah, (Muawanah, 2013).

Suatu kawasan wisata tidak akan dikunjungi oleh wisatawan apabila tidak ada promosi tentang keberadaan tempat wisata tersebut. Suatu daerah yang kaya dengan pemandangan alam yang indah dengan bermacam obyek wisatanya juga tidak akan dikunjungi oleh para wisatawan kalau tidak ada yang namanya promosi atau publikasi. Macam media promosi wisata tersebut diantaranya adalah dengan membuat brosur, buku panduan wisata, iklan radio, iklan televisi, baliho, website, pamflet, peta navigasi, CD interaktif, peta navigasi wisata berbasis animasi. (Wibowo, 2012).

Pada dasarnya maksud kata promosi adalah untuk memberitahukan, membujuk atau mengingatkan lebih khusus lagi. Promosi merupakan suatu proses menyampaikan informasi kepada target pasar, tentang hal-hal yang menyangkut produk, harga, tempat produk dijual dengan melakukan persuasif agar target mau melakukan pembelian. Promosi secara sederhana bertujuan untuk memberitahukan kepada orang banyak atau kelompok tertentu bahwa ada produk yang ditawarkan untuk dijual. Sebagai usaha menarik minat calon pembeli terhadap barang yang ditawarkan, dilakukanlah promosi yang bertujuan memperkenalkan produk, kelebihan yang dimiliki dibandingkan dengan produk lain, serta manfaat dan kegunaannya. Dengan langkah ini khalayak umum akan menjadi kenal dengan produk yang kita miliki. Selanjutnya diharapkan kepada mereka akan membeli atau menggunakan produk tersebut, (Rhony, 2010).

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi dalam pariwisata adalah arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan calon wisatawan atau

lembaga usaha pariwisata kepada tindakan yang mampu menciptakan pertukaran (jual beli) dalam pemasaran produk pariwisata. Tampak bahwa promosi dalam pemasaran pariwisata berperan sebagai pendukung transaksi, dengan menginformasikan, membujuk, mengingatkan dan membedakan produk pariwisata yang dipromosikan dengan produk pariwisata perusahaan lain, (Rony, 2010).

Dusun Ngentak adalah dusun yang berada dekat dengan sungai Progo dan laut selatan sehingga sebelum Merapi meletus mayoritas warga Dusun Ngentak mata pencahariannya adalah penambang pasir. Pada tahun 2010 musibah gunung meletus menimpa kawasan Gunung Merapi di daerah DIY dan Jawa Tengah yang salah satu sisi positifnya adalah melimpahnya pasir sehingga pasir di Sungai Progo mengalami penurunan omset penjualan dan hal itu mengakibatkan banyaknya warga Dusun Ngentak yang tidak memiliki mata pencaharian sehingga pada saat itu warga berinisiatif untuk membuka lahan wisata Pantai Baru. Sampai saat ini Pantai Baru berdiri dan berkembang dengan potensi yang luar biasa. Hal itu ditunjang dengan publikasi menggunakan media blog Pantai Baru. Akan tetapi belum adanya profil berupa *hardcopy* dari objek wisata tersebut menjadikan pengelola mengalami kendala ketika dituntut untuk melakukan presentasi. Dari hal itu penulis mencoba memberikan solusi dengan membuat Buku Profil Pantai Baru sebagai salah satu potensi yang ada di Dusun Ngentak Kelurahan Poncosari Kecamatan Srandakan Kabupaten Bantul.

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pengelola dalam melakukan presentasi tentang Pantai Baru, dan untuk dokumentasi data yang belum pernah didokumentasikan sehingga ketika dibutuhkan lagi masih ada acuan data sebelumnya.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan dilakukan di Dusun Ngentak. Dokumentasi lainnya dilakukan di Pantai Baru dan pengumpulan data lain yang memang sudah ada atau dikembangkan penulis diambil dari ketua pengelola Pantai Baru dan kepala dukuh Ngentak. Adapun tahapan kegiatannya antara lain sosialisasi rencana pembuatan Buku Profil Pantai Baru, pengumpulan dan pengelompokan data sesuai kebutuhan, pemaparan hasil pembuatan Buku Profil Pantai Baru.

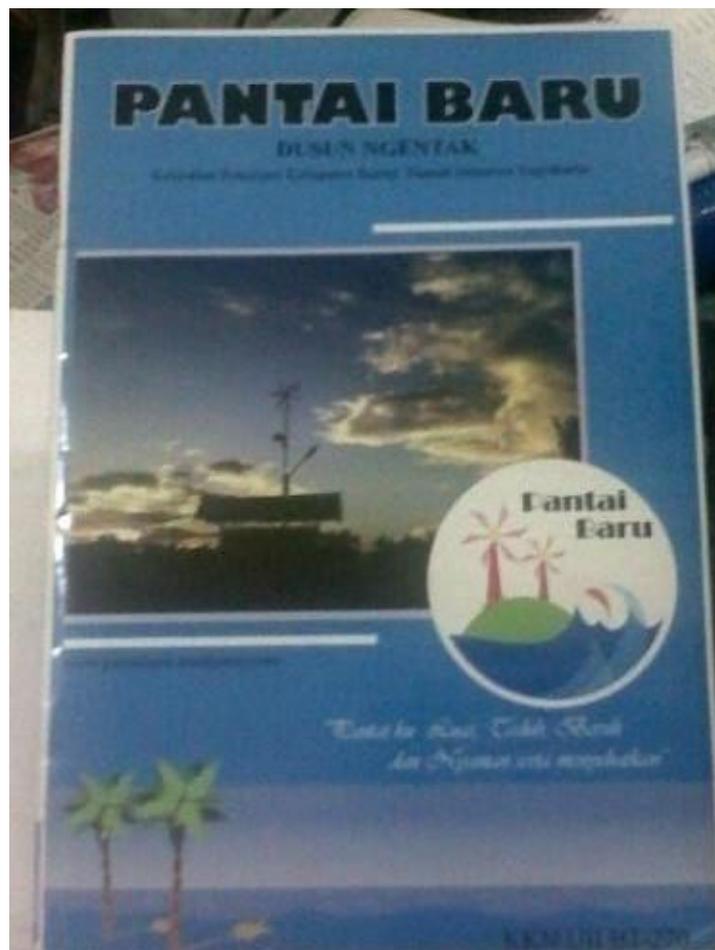
**Tabel 1** Rincian Pelaksanaan & Tahapan Pembuatan Buku Profil Pantai Baru

<b>No</b>	<b>Hari</b>	<b>Waktu Pelaksanaan</b>	<b>Kegiatan</b>	<b>Lokasi</b>	<b>Durasi</b>
1	Selasa	08.00 – 12.00	Pengumpulan data tentang pantai	Dusun Ngentak	4 jam
2	Rabu	16.00 - 18.00	Pengumpulan data, Sortir dokumen	Rumah pak Suwandi	2 jam
3	Kamis	10.00 – 12.00	Pengumpulan data tentang dusun	Rumah Pak Suwandi	2 jam
4	Sabtu	19.00 - 22.00	Pemaparan hasil	Rumah pak Suwandi	3 jam
<b>TOTAL JAM</b>					<b>11 jam</b>

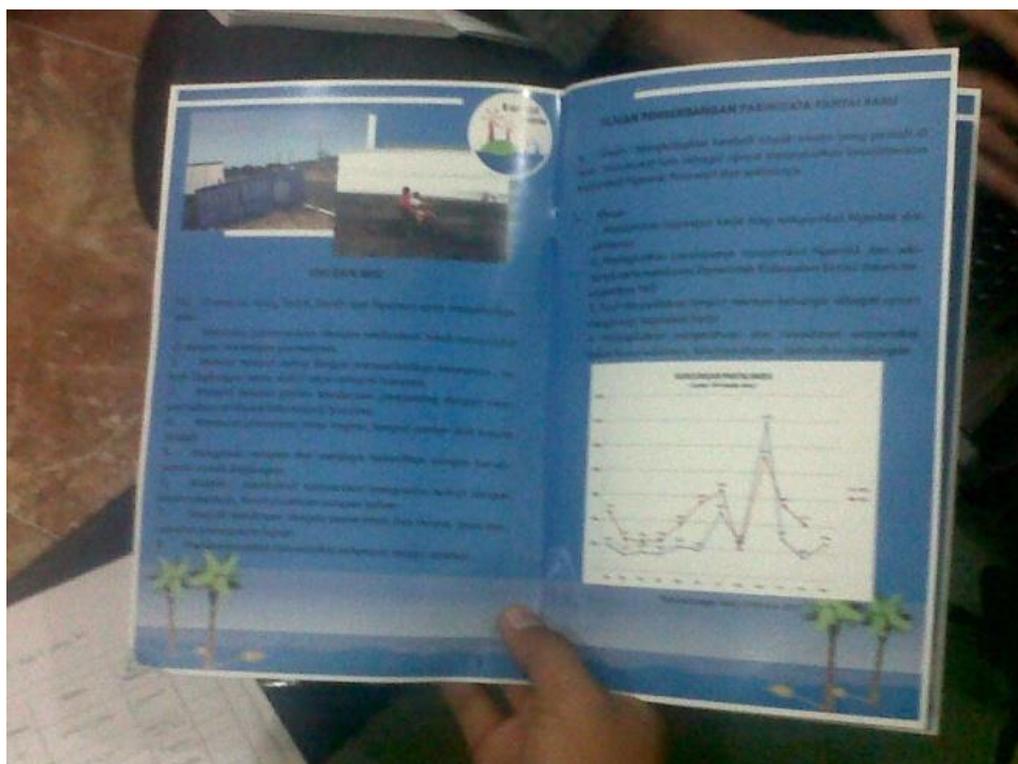
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan adanya buku profil, masyarakat terutama pengelola pantai baru lebih mudah dalam melakukan presentasi tentang pantai baru apabila memang hal itu dibutuhkan. Masyarakat terutama pengelola pantai merasa terbantu dengan adanya buku profil dan mereka sangat antusias untuk bisa memperbanyak lagi dan selalu mengupdate data di buku profil tersebut apabila memang ada perubahan yang harusnya dirubah.

Kendala yang dialami dalam program ini adalah dana percetakan yang cukup memakan biaya selain itu lokasi mencetak buku cukup jauh, hal itu mungkin bisa diatasi dengan memanfaatkan beberapa remaja dusun Ngentak yang sedang menjalani kuliah di Kota Jogja untuk mencetaknya sehingga bisa meminimalisir biaya yang dikeluarkan karena di Kota Jogja biaya percetakan lebih murah.



**Gambar 1** Buku Profil Pantai Baru



Gambar 2 Hasil Pembuatan Buku Profil Pantai Baru

#### 4. KESIMPULAN

Adanya media publikasi dalam bentuk *hardcopy* yang dapat memudahkan ketika dibutuhkan untuk presentasi akhirnya terealisasi dan diterima oleh pihak pengelola pantai baru dengan antusias tinggi. Buku Profil yang telah ada semoga dapat membantu pengelola pantai baru untuk mengenalkan Pantai Baru ke masyarakat luar.

#### 5. REFERENSI

- Muawanah, A. 2013. Definisi, Komponen, Dan Sistem Pariwisata. <https://annisamuawanah.wordpress.com/2013/01/31/definisi-komponen-dan-sistem-pariwisata/>
- Rhony. 2010. Pemasaran Jasa (Promosi Dalam Pariwisata). <http://rhonydj.blogspot.co.id/2010/11/pemasaran-jasa-promosi-dalam-pariwisata.html>
- Wibowo, S. 2012. Strategi dan macam media promosi wisata. <http://www.bianbiun.com/2012/12/macam-media-promosi-wisata.html>