

**PERAN PUBLIC RELATION DALAM PELAYANAN
TOURIST INFORMATION CENTRE
DINAS PARIWISATA SENI DAN BUDAYA
KOTA SURAKARTA**



Oleh

Nama : DAMIANUS BRAM DWI A
NIM : D 1605021

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk melengkapi tugas –tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh sebutan Ahli Madya bidang Komunikasi Terapan

**PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2009**

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Berjudul :

**PERAN PUBLIC RELATION DALAM PELAYANAN TOURIST
INFORMATION CENTRE
DINAS PARIWISATA SENI DAN BUDAYA**

Karya :

Nama : DAMIANUS BRAM DWI ATMANTO

NIM : D 1605021

Konsentrasi :

PUBLIC RELATION

Disetujui untuk dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Tugas Akhir

Program DIII

Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Surakarta , 1 Juli 2009

Menyetujui ,

Dosen Pembimbing

Drs. Aryanto Budhy. S, M.Si

NIP. 19581123 198603 1 002

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Program DIII Komunikasi Terapan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari : Jumat

Tanggal : 10 Juli 2009

Panitia Ujian Tugas Akhir :

1. Drs. Haryanto, M.Lib (.....)

(NIP : 19600613 198601 1 001)

2. Drs. Aryanto Budhy. S, M.Si (.....)

(NIP : 19581123 198603 1 002)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Dekan ,

Drs. H. Supriyadi SN.SU

NIP. 19530128 198103 1 001

MOTTO

He has made everything beautiful in it's time.

Also He has put eternity in their hearts,
except that no one can find out the work that God does from beginning to
end.

(Ecclesiastes 3 : 1)

Tuhan memberikan kekuatan untuk menerima yang tidak bisa kita ubah ,

Keberanian untuk mengubah apa yang mungkin kita ubah

Dan kebijaksanaan untuk memahami keduanya

(Fr. Oetinger)

Kunci sukses hidup adalah apa diri kita bukan tergantung pada orang lain

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini kupersembahkan untuk seluruh cinta dalam hidupku :

For my Jesus Christ,
Yang disetiap nafas kehidupan selalu memberi kekuatan hingga jadi
pegangan hidupku

Untuk papa, mama, dan keluarga besar AM. Sunarno Joyoputranto yang
terhormat & tercinta,
yang dengan sabar selalu membimbing dan mendampingi

Untuk sahabat –sahabatku terkasih ,
Dengan setia berbagi duka dan suka dalam setiap langkahku

For “someone” that I love
a gift from God to makes me know what the point of life and love are

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **Peran Public Relation dalam Pelayanan Tourist Information Centre Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Surakarta**. Tugas Akhir ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi syarat-syarat dalam menempuh ujian tahap akhir Program Diploma III Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa bantuan dari berbagai pihak telah banyak menyumbangkan pikiran, tenaga, dan bimbingan kepada penulis, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. H. Supriyadi SN SU, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Drs. A .Eko Setyanto, M.Si selaku Ketua Jurusan Program Diploma III Ilmu Komunikasi Terapan FISIP – UNS.
3. Drs. Aryanto Budhy. S, M.Si, selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran sehingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
4. Drs. Mufti Raharjo, MM , selaku Kepala Seksi Pelayanan Informasi dan Drs. Santanu Kelik selaku officer Pelayanan Informasi Pariwisata dan

Budaya dan Bapak Arifin staf Pemasaran Wisata yang telah memberikan nasihat, dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Kuliah Kerja Media.

5. Segenap dosen dan pengajar Program Diploma III Komunikasi Terapan FISIP – UNS yang telah memberikan bimbingan dalam mengajar dan curahan ilmunya.
6. Seluruh staf / pegawai Dinas Pariwisata Seni dan Budaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberikan informasi selama menjalankan Kuliah Kerja Media..

Penulis menyadari pula bahwa penulisan dalam Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Sehingga masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan baik mengenai kualitas maupun cara penulisannya. Untuk itu segala kritik dan saran akan diterima dengan terbuka.

Akhir kata, besar harapan penulisan agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta,.....2008

Penyusun

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan	4
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA
A. Pengertian Public Relations.....	6
B. Fungsi Public Relations.....	8
C. Public dalam Public Relations.....	10
D. Pengertian Pelayanan.....	11
E. Kinerja PR Dalam Peningkatan Pelayanan Demi Kepuasan Konsumen.....	13
F. Analisis Hubungan kinerja PR dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dengan realita yang terjadi di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya.....	18

BAB III	DESKRIPSI DINAS PARIWISATA SENI DAN	
	BUDAYA	
	A. Sejarah Dinas	21
	B. Visi dan Misi	23
	C. Tujuan	24
	D. Tugas dan Fungsi	25
	E. Strategi	27
	F. Kebijakan	29
	G. Struktur Organisasi	35
BAB IV	PELAKSANAAN MAGANG	
	Laporan Pelaksanaan Kuliah Kerja Media	
	1. Minggu I.....	52
	2. Minggu II.....	54
	3. Minggu III.....	55
	4. Minggu IV.....	56
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	58
	B. Saran	59
	DAFTAR PUSTAKA	61
	LAMPIRAN	62

DAFTAR GAMBAR

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Praktek kerja lapangan atau yang lebih dikenal dengan magang menurut Street School Forum dapat diartikan sebagai langkah pengenalan bentuk pekerjaan dalam waktu yang singkat, kurang terikat, serta berfungsi sebagai tahap awal atau pengenalan sebelum seseorang terjun total ke dalam dunia kerja yang sesungguhnya. (www.pikiranrakyat.com akses 5 April 2008)

Dalam Program Diploma III Komunikasi Terapan , magang disebut dengan Kuliah Kerja Media (KKM). Hal ini dilakukan oleh mahasiswa yang telah memasuki semester enam atau yang telah menempuh semua mata perkuliahan. Pertimbangan ini dilakukan dengan asumsi bahwa mahasiswa yang telah memenuhi persyaratan diatas mampu menerapkan teori –teori yang di dapat selama di bangku kuliah dengan pengalaman langsung di dunia kerja. Tidak hanya sekedar memperoleh gambaran saja tetapi juga mengalami sendiri aktivitas kerja bidang yang dipelajari.

Di dalam magang pengalaman juga bisa diperoleh melalui pengamatan. Mulai dari mengamati lingkungan kerja , aktivitas staff , serta budaya perusahaan yang dimiliki Hal ini dilakukan agar mahasiswa memahami kondisi perusahaan guna mempercepat adaptasi serta agar tidak mengalami culture shock selama melakukan Kuliah Kerja Media (KKM).

Lebih jauh magang bertujuan untuk melatih kemampuan diri mahasiswa untuk bekerja sama dengan orang lain. Hal ini penting karena dalam dunia kerja kita akan banyak berhubungan dengan orang lain baik sebagai kolega untuk team work atau sebagai klien. Jadi membiasakan diri bekerja sama dengan orang lain akan mempermudah mahasiswa untuk melakukan pekerjaan.

Dengan magang mahasiswa juga dapat memperoleh banyak pengalaman serta wawasan baru. Misalnya dengan saling berbagi pengalaman (sharing) ataupun bertanya tentang pekerjaan yang tidak dimengerti, dll . Semua hal ini dapat berguna menambah wawasan atau pengalaman baru.

Proses Kuliah Kerja Media (KKM) dilakukan penulis di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Surakarta. Tepatnya di Jalan Slamet Riyadi 275 SOLO, selama satu bulan . Selama melakukan magang , penulis diperbantukan di Bagian Pemasaran dan Bagian Pelayanan dan Informasi atau TIC (Tourist Information Centre). Melakukan magang di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Surakarta tentunya atas dasar berbagai pemikiran. Salah satunya mengacu kepada tujuan dasar diadakannya KKM yaitu menerapkan teori –teori yang diperoleh ke dalam dunia kerja secara nyata. Di dalam Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Surakarta tepatnya di Bagian Pemasaran terdapat divisi yang sesuai dengan bidang keahlian yang telah dipelajari mahasiswa yakni Public Relation (PR). Tentunya ini adalah kesempatan yang tidak boleh dilewatkan begitu saja. Karena mahasiswa bisa melakukan pengamatan serta melakukan aktivitas kerja Public Relation di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Surakarta secara langsung. Seperti melakukan aktivitas internal hingga eksternal. Dengan magang di Dinas Pariwisata Seni dan

Budaya Surakarta mahasiswa juga dapat menambah pengetahuan serta wawasan di bidang telekomunikasi. Dengan pengetahuan ini , diharapkan dapat menunjang kualitas serta aktivitas kinerja mahasiswa nantinya saat menggeluti dunia kerja khususnya di bidang Public Relations.

Ternyata dalam menentukan tempat pelaksanaan KKM juga terdapat kendala. Kemampuan finansial serta keterbatasan waktu menjadikan mahasiswa tidak memilih instansi –instansi yang berada di luar kota Solo dan hanya memungkinkan untuk melakukan Kuliah Kerja Media (KKM) di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Solo.

B. TUJUAN

Setiap kegiatan pasti mengandung maksud dan tujuan tertentu yang hendak dicapai. Tujuan utama Kuliah Kerja Media (KKM) adalah Memberikan pengalaman bagi mahasiswa sehingga lebih siap dalam dunia kerja dalam masyarakat dan mampu menerapkan wawasan teoritis Ilmu komunikasi dalam profesi dunia kerja.

1. Guna mengetahui gambaran jelas soal dunia kerja terutama di bidang Public Relations. Serta tantangan dunia kerja yang semakin kompetitif.
2. Meningkatkan kreativitas dan profesionalitas agar dapat memprediksi serta mempersiapkan diri menghadapi persaingan di era globalisasi ini.
3. membandingkan serta menerapkan ilmu yang telah dipelajari di perkuliahan ke dalam dunia kerja dan penulis ingin mengetahui

secara langsung aktivitas Public Relations di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Surakarta.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Definisi Magang

Dalam pengertian yang sederhana, magang dan bekerja sebenarnya memiliki arti yang sama. Hanya saja jika istilah bekerja yang di maksudkan di sini adalah profesi atau pekerjaan yang dilakukan untuk jangka waktu yang panjang, terikat serta terus-menerus. Sedangkan magang menurut Diktinas dalam www.diktinas.com dikatakan sebagai Suatu model diklat dengan kegiatan praktek kerja untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan manajerial dalam proses bisnis mulai dari produksi, pengendalian mutu dan pemasaran. Lain lagi yang diungkapkan oleh Public Relations Sadsonic Lab Management “Magang bisa diartikan pula sebagai bentuk pekerjaan dalam waktu yang singkat, kurang terikat, serta berfungsi sebagai tahap awal atau pengenalan sebelum terjun total ke dalam dunia kerja yang sesungguhnya.”

Magang bisa dianggap sebagai langkah awal sebelum mencapai masa dunia kerja. Jenis, job desc, serta mekanisme magang sendiri bisa berbeda-beda tergantung kebijakan perusahaan, karena dalam magang berarti seseorang ikut bekerja pada perusahaan tersebut.

Jenis magang sendiri pun bisa beragam, tergantung pada motif dari orang tersebut, mulai dari sekedar mengisi waktu luang, menambah uang saku, sampai kepada

mereka yang memang diwajibkan magang oleh institusi pendidikan, seperti melakukan praktek kuliah lapangan.

Bidang pekerjaan yang bisa dipilih dalam magang, sangat luas. Seseorang bisa memilih berdasarkan minat, kemampuan, serta waktu yang dimiliki. Dengan melakukan magang seseorang bisa belajar dan menimba pengalaman seluas mungkin mengenai berbagai bidang pekerjaan yang dipilih. Magang adalah pekerjaan yang bisa dikerjakan secara paruh waktu ataupun secara penuh, tetapi dalam jangka waktu, misal 1 sampai 3 bulan.

B. Pengertian Public Relation

Banyak yang mengira bahwa Public Relations hanyalah kegiatan yang tampak. Padahal sebenarnya itu hanyalah salah satu dari tahap dari keseluruhan kegiatan PR yang sebenarnya. Belum lagi masing-masing selalu memandang dari sudut yang berbeda. Ada yang memandang dari segi kepribadian, komunikasi, hingga publikasi. Belum lagi melihat dari segi kepentingan manajemen, pemasaran, dan periklanan. Sangat kompleks. Sejak bidang ini diminati, sejumlah permasalahan dijumpai. Perlu adanya konsensus mengenai definisi PR itu sendiri. Definisi umum PR diungkapkan oleh John E. Marston seperti yang dikutip Rhenald Kasali dalam bukunya Manajemen Public Relation (2003, hal 16) bahwa “Public Relations is planned, persuasive communication design to influence significant public.” Ini memperlihatkan bahwa Public Relations perlu direncanakan dalam suatu pendekatan manajemen kepada target –target publik

tertentu. Kegiatan PR menggunakan dengan cara membujuk (persuasive) kepada sasaran khalayak

(significant Public).

Terdapat pula definisi lain yang melihat PR sebagai “ suatu Ilmu , suatu sistem , seni, fungsi , proses , profesi , metode , kegiatan dan sebagainya. Lebih jauh IPRA seperti yang dikutip Sr. Maria assumpta . OSF dalam bukunya Dasar – dasar Public Relation (2004 , hal 12) menyepakati tiga (3) definisi yang mereka anggap terbaik dilihat dari sisi manajemen :

1. Public Relations merupakan manajemen yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi –organisasi , lembaga –lembaga umum maupun pribadi untuk memperoleh dan membina saling pengertian , simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungannya. Dengan cara menilai opini publik mereka. Dan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan guna mencapai kerja sama yang produktif serta efisien.
2. PR merupakan proses kontinu dari usaha –usaha manajemen untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari pelanggan , pegawai dan public yang lebih luas kedalam mengadakan analisis dan perbaikan diri sendiri , sedangkan keluar memberikan pernyataan.
3. PR adalah kelanjutan dari proses pembuatan kebijaksanaan , pelanggan dan tindakan bagi kepentingan terbaik atau lembaga tersebut untuk memperoleh kepercayaan dan goodwill (kemauan baik) dari public

Definisi lain menyebutkan PR tidak hanya melakukan manajemen. Tapi juga melakukan konsep “be good and Tell it.” E. L. Berney seperti yang dikutip Maria Assumpta (tahun 2004 ,hal 9)mengatakan bahwa PR adalah upaya dengan menggunakan informasi , persuasi dan penyesuaian untuk menghidupkan dukungan publik atas suatu kegiatan atau suatu sebab. Hampir sama Hugo A. De Roode juga menyebutkan PR secara teratur mempraktikkan komunikasi yang baik dan tepat dengan kelompok orang dalam organisasi mempunyai kepentingan untuk melakukan perubahan dalam kerja sama menyangkut fungsi dari organisasi mendatang.

Dari batasan –batasan definisinya dapat dikatakan PR sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Karena PR berfungsi menumbuhkan relasi baik antar setiap komponen organisasi , menumbuhkan motivasi , menggiatkan partisipasi , dan menjadikan proaktif.Semua ini diusahakan untuk menumbuhkan dan memotivasi diri sendiri untuk menumbuhkan dan mengembangkan relasi , mengerti atas kemauan publik atau konsumen, serta untuk memperoleh opini publik yang merupakan input organisasi untuk perbaikan dan pengembangan sedangkan untuk publik dapat terpenuhi kebutuhan dan harapannya.

C. Fungsi Public Relation

Pada hakikatnya Public Relations melakukan kegiatan komunikasi. Ciri hakiki dari komunikasi PR adalah komunikasi dua arah (Two Way communications). Sehingga terciptanya umpan balik yang merupakan prinsip

pokok dalam kinerja PR. Namun itu saja tidak cukup. Karena sebuah manajemen perusahaan perlu adanya perbaikan hubungan masyarakat yang mampu menciptakan iklim dan suasana yang baik guna melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Berdasarkan gambaran diatas secara umum fungsi PR menurut Rhenald Kasali yang pertama berupaya menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen pada suatu perusahaan guna memperoleh citra baik (good image) , itikad baik (goodwill) , saling pengertian (mutual understanding) , saling mempercayai (mutual confidence) dan toleransi (tolerence).

Kedua, PR terlibat dan bersifat integratif dalam manajemen perusahaan. Dengan memberikan identitas perusahaan secara tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan pengertian kepada perusahaan. Sehingga tertarik dan menimbulkan kepuasan menggunakan produk / jasanya. Hal ini dapat dinilai dari

1. Kesuksesan PR terletak pada diakuinya produk / jasa oleh publik
2. PR melakukan komunikasi secara terus –menerus dengan publik internal maupun eksternal
3. PR sebagai instrumen dalam manajemen dengan memberi secara kontinue kepada kelompok publik terkait.
4. PR merupakan fungsi manajemen , yang didasarkan pada analisis terhadap pengaruh serta efek yang ditimbulkan terhadap publik eksternal maupun internal.

Bila kedua fungsi Public Relations dilakukan dengan seksama maka akan terjadi kerja sama , kepercayaan antar perusahaan maupun dengan publik ,

dan bisa memberikan pelayanan terbaik bagi publik hingga akhirnya merasa puas. Sehingga berdampak kepada kelangsungan hidup suatu perusahaan. Bagi IPRA menyadari PR merupakan fungsi instrumen yang penting dan urgent untuk perkembangan perusahaan untuk maju dan mampu bersaing secara kontinue. Dengan melakukan *re-creative* untuk memberi citra baik perusahaan sekaligus menanamkan kepercayaan kepada perusahaan.

Pendapat lain diungkapkan oleh S. Black dan Melvin L. Sharpo seperti yang dikutip Maria Assumpta (2004 , hal 35) bahwa PR sebagai jalan penengah antara perusahaan dengan publik internal maupun eksternal. Ketika ada permasalahan dalam perusahaan, seorang PR dengan komunikasi yang tepat serta pendekatan akan memotivasi publik internal untuk ikut dalam mengatasi permasalahan tersebut. Sehingga Public Relations dapat meminimalis munculnya keluhan , konflik , isu , dan sebagainya.

Secara singkat , dapat dikatakan fungsi PR memelihara dan menumbuhkembangkan komunikasi timbal balik yang diperlukan untuk menangani masalah yang muncul atau meminimalkan munculnya masalah. PR juga bersama –sama dengan perusahaan menemukan kepentingan perusahaan dan menginformasikan kepada publik terkait dengan menciptakan saling pengertian yang didasarkan pada kenyataan , kebenaran dan pengetahuan yang lengkap dan diinformasikan secara jujur , jelas dan objektif.

D. Publik dalam Public Relations

Publik dalam Public Relations merupakan khalayak sasaran dari kegiatan PR. Publik ini disebut juga sebagai *stakeholder* yang merupakan kumpulan dari

orang –orang yang berkepentingan dalam perusahaan. Menurut Rhenald Kasali (2003 , hal 11) publik dibagi dalam

1. Publik Internal dan Publik Eksternal

Publik internal adalah publik yang berada di dalam perusahaan. Misalnya seperti karyawan atau supervisor. Sedangkan publik eksternal adalah mereka yang berkepentingan terhadap perusahaan dan berada di luar perusahaan. Misalnya : penyalur , pemasok , bank , atau pemerintah.

2. Publik Primer , Sekunder , dan Marginal

Tidak semua elemen adalah *stakeholder* perlu diperhatikan perusahaan. Dengan menyusun kerangka prioritas. Yang paling penting disebut publik primer , yang kurang penting disebut sekunder , dan yang dapat diabaikan adalah publik marjinal.

3. Publik Tradisional dan Publik Masa Depan

Karyawan dan konsumen adalah publik tradisional , sedangkan mahasiswa , peneliti , konsumen potensial , pemerintahan adalah publik masa depan.

4. Proponents , Opponents , dan uncommitted

Di antarapublik terdapat kelompok yang menentang perusahaan (*opponents*) , yang memihak (*proponents*) dan yang tidak peduli (*uncommitted*). Perusahaan perlu mengenal publik yang berbeda –beda ini agar dapat jernih dalam melihat permasalahan.

5. Silent majority dan Vocal Minority

Dilihat dari aktivitas publik dalam mengajukan complaint atau mendukung perusahaan, dapat dibedakan dengan antara yang vokal (aktif) maupun yang silent (pasif).

E. Pengertian pelayanan

Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk ataupun jasa yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Dikutip dari Kasmir (2006, hal 15) pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam praktiknya menurut Kasmir (2006, hal 16), pelanggan berdasarkan kebutuhan pelayanan dibagi empat macam yaitu sebagai berikut :

1. Pelanggan Yang membutuhkan bantuan seseorang. Seperti Customer Service, pramuniaga, atau kasir. Untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk.
2. Pelanggan yang hanya memerlukan layanan seperlunya saja. Artinya datang kemudian mencari dan memilih sendiri baru terakhir melakukan hubungan atau memerlukan bantuan petugas ketika membutuhkan informasi atau layanan.
3. Pelanggan yang membutuhkan layanan melalui media. Misalnya telepon. Pelanggan jenis ini lebih menyukai tidak melakukan kontak langsung. Biasanya layanan berupa keluhan, informasi produk maupun pesanan.
4. Pelanggan tidak memerlukan layanan kecuali di saat –saat darurat.

Pelayanan yang berkualitas akan bisa diberikan apabila setiap pihak yang berhubungan langsung dengan pelanggan diberi pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang kerja yang dihadapi. Menurut Pionner Indonesia (2005 , hal 13-17) seorang pelaksana pelayanan perlu mengetahui sifat –sifat layanan. Pelayanan memiliki empat sifat utama

a. Transparan

Pelayanan berifat intangible. Sifatnya tidak dapat terlihat , dirasa , didengar , maupun dicium sebelum seseorang yang menggunakan atau membeli pelayanan tersebut. Karenanya kadang konsumen menjadi kurang yakin atas produk yang dipakai, kemudian yang dilakukan konsumen adalah mencari tahu sejauh mana kualitas pelayanan yang ditawarkan padanya.

b. Tidak terpisah –pisah

Pelayanan tidak terpisah dari produk yang dihasilkan. Pelayanan dijual terlebih dahulu , baru dibuat dan langsung digunakan pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu , pelayanan juga tidak terlepas dari penyedia atau penjualnya

c. Beragam

Pelayanan beragam bentuknya. Kualitas tergantung pada siapa yang menyediakan , kapan , dan bagaimana pelayanan itu disediakan.

d. Tidak tahan lama

Pelayanan sifatnya tidak tahan lama , dan tidak dapat disimpan untuk kebutuhan yang akan datang. Sifat pelayanan ini menjadi masalah apabila

permintaan terhadapnya stabil. Dan jika berubah –ubah ,perusahaan jasa akan mengalami banyak masalah.

F. Kinerja PR Dalam Peningkatan Pelayanan Demi Kepuasan Konsumen

Secara umum pelayanan dapat diberikan seluruh karyawan perusahaan. Mulai dari karyawan tingkat bawah hingga pucuk pimpinan perusahaan. Hanya saja ada karyawan khusus yang ditugaskan untuk melayani pelanggan. Petugas atau staf ini tidak hanya sekedar melayani tetapi mampu menguasai pelanggan dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam bukunya Etika Customer Service , Kasmir menjabarkan jenis-jenis jabatan yang bertugas pelayanan konsumen

1. Customer Service

Customer Service atau CS merupakan karyawan yang berfungsi resepsionis , deskman , salesman , customer relation officer , dan komunikator. Sebagai resepsionis artinya penerima tamu yang datang ke perusahaan. Sebagai deskman tugasnya melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan pelanggan. Sebagai salesman , CS berfungsi sebagai penjual produk sekaligus membina hubungan baik dengan pelanggan. Sebagai Customer relations officer dan komunikator , CS berfungsi sebagai orang yang membina hubungan baik serta sebagai penghubung antara perusahaan dengan pelanggan.

2. Public Relations

Fungsi yang ada pada PR sedikit berbeda dengan CS. Sebagai PR fungsinya antara lain sebagai resepsionis , customer relation officer , dan komunikator. Sebagian besar PR dibentuk sebagai customer relation officer agar dapat memberikan informasi serta membina hubungan baik antara pelanggan , perusahaan , pemerintah , dan masyarakat.

3. Pramuniaga

Merupakan karyawan yang khusus melayani konsumen untuk menyusun, menyiapkan , dan memilih barang untuk keperluan toko.

4. Teller / kasir

Fungsi teller untuk menerima setoran uang tunai maupun nontunai dari berbagai pihak.

5. Satpam

Satpam bertugas melindungi seluruh aset perusahaan dan keamanan pelanggan ketika berada di dalam perusahaan.

6. Operator telepon

Merupakan petugas yang berfungsi menerima telepon dari pelanggan untuk melakukan komunikasi lewat telepon. Penerima telepon harus bersuara lembut dan ramah karena jika suara telepon kurang jelas dapat menimbulkan salah paham.

Sebagai salah satu karyawan yang juga dikhususkan untuk melayani pelanggan, seorang PR perlu mempersiapkan diri agar dapat melakukan pelayanan prima kepada konsumen. Pelayanan prima atau Service Of Excellence menurut

Nirwana dalam buku *Service marketing Strategy* (2006 , hal 84) dikembangkan bertujuan menumbuhkan dedikasi dan pelayanan sebaik-baiknya kepada konsumen sehingga diharapkan mampu mempertahankan loyalitas atau kepercayaan untuk menggunakan produk yang ditawarkan tanpa melirik produk lain.

Melalui *Service of Excellence* , perusahaan yang berorientasi kepada kepentingan konsumen akan memperhatikan hal –hal sebagai berikut

- a. *Customer Value* : memperhatikan nilai konsumennya sebagai pengganti atas nilai produknya.
- b. *Cost to Customer* : MePRediksi biaya yang ditanggung oleh konsumen atas harga , waktu serta tenaga untuk memperoleh produk tersebut sebagai pengganti unsur *Price*-nya.
- c. *Cummunication* : Melakukan komunikasi timbal balik yang merupakan suatu dialog sebagai pengganti unsur promosinya.

Dengan memperhatikan hal –hal diatas , seorang PR yang ditunjang dengan percaya diri, disiplin kerja , sikap dan penampilan diri , rasa memiliki dan loyalitas dan dedikasi terhadap perusahaan dianggap dapat melaksanakan tugasnya secara profesional.Selain itu yang tak kalah penting komunikatif dan memiliki kemampuan *Willing to Cooperate*. Karena bila mampu melakukan kerja sama dengan konsumen akan menimbulkan relasi yang akhirnya bisa meningkatkan pelayanan demi menciptakan kepuasan bersama.

Kegiatan komunikasi sendiri menurut Lovelock seperti yang dikutip Nirwana (2006 , hal 121) dapat melibatkan semua variabel komunikasi yang

terdiri dari Komunikasi personal , advertising , penjualan serta pemberitaan. Karena memiliki kesamaan prinsip yakni penyampaian informasi tentang keberadaan produk jasa kepada pelanggannya serta melakukan upaya persuasif untuk bersedia mengkonsumsi produknya. Dengan efektivitas komunikasi yang melingkupi beberapa tahap yang terdiri dari identifikasi khalayak sasaran , penentuan tujuan komunikasi , perancangan pesan , pemilihan saluran komunikasi, anggaran komunikasi , bauran komunikasi, dan terakhir mengukur hasil komunikasi.

Komunikasi yang dilakukan oleh PR sendiri sebagian besar adalah memberikan informasi mengenai keberadaan suatu barang /jasa kepada pelanggan.Namun sering kali aktivitasnya menanggapi pertanyaan serta keluhan. Ketika menangani keluhan yang muncul , sebaiknya PR perlu mengetahui terlebih dahulu kebutuhan dasar dari konsumen

- a. Pelanggan adalah raja dan ingin selalu dianggap benar.
- b. Pelanggan ingin dihormati dan mendapat perhatian yang sungguh – sungguh
- c. Pelanggan selalu haus akan perhatian dan penghargaan yang tulus.
- d. Pelanggan selalu berupaya untuk mencari dan meyenangkan hati.
- e. Pelanggan membutuhkan haknya akan informasi yang layak dan jujur.
- f. Pelanggan ingin pendapat atau suaranya di dengar dan diperhatikan.
- g. Pelanggan lebih tertarik pada masalah sendiri.

Setelah mengetahui dasar-dasar dari konsumen maka tahap berikutnya hal –hal yang perlu dilakukan bagaimana menghadapi keluhan pelanggan

- a. Menghadapi keluhan dengan rasa hormat.
- b. Jangan terbawa emosi pelanggan dan pertahankan tetap tenang walaupun panasnya hati pelanggan.
- c. Mendengar dengan penuh perhatian dan tidak memonopoli pembicaraan pelanggan.
- d. Hindari argumen yang tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.
- e. Berikan rasa simpati serta penghargaan atas keluhan yang disampaikan.
- f. Menawarkan jalan keluar yang terbaik untuk mengatasi persoalan yang menyebabkan timbulnya keluhan tersebut.

Dari penjabaran diatas faktor utama yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan prima adalah kemampuan berkomunikasi. Berkomunikasi untuk memahami keinginan dan permasalahan pelanggan. Dengan demikian akan memunculkan sifat profesional. Menjadi profesional tidak hanya sekedar tampang tetapi juga dari pikiran , perasaan dan tindakan . Profesional berhubungan dengan kualitas usaha , tingkah laku , dan komitmen pada pekerjaan. Yang pada akhirnya membuat pelanggan senang dan terbuka mengungkapkan permasalahannya karena melihat tampilan citra yang baik serta mampu melayani secara tepat dan cepat dengan didukung kelengkapan sarana dan prasarana.

BAB III

DESKRIPSI DINAS PARIWISATA SENI DAN BUDAYA SURAKARTA

A. Sejarah DINAS PARIWISATA SENI DAN BUDAYA SURAKARTA

Kota Surakarta atau yang lebih dikenal dengan nama Kota Solo, di masa lampau merupakan pusat pemerintahan kerajaan sejak tahun 1745 dengan nama Keraton Surakarta Hadiningrat setelah kepindahannya dari Keraton Kartasura. Sejak saat itulah Kota Solo menjadi pusat pemerintahan, perdagangan, dan berkembangnya seni dan budaya khususnya tradisi Jawa. Dari segi obyek dan daya tarik wisata seperti : bangunan situs bersejarah, atraksi/event seni budaya tradisional, sekolah/pendidikan kesenian Jawa, makanan khas, pusat perbelanjaan, gudangnya budayawan dan seniman, keramah-tamahan masyarakatnya, dan lain – lain telah menjadi “*Trade mark*” tersendiri yang tidak dimiliki Kota / Kabupaten lain khususnya di Jawa Tengah, serta telah menempatkan posisi Kota Surakarta sebagai salah satu Kota Tujuan Wisata yang memiliki prospek yang dikembangkan.

Letak Kota Surakarta secara geografis sangat strategis serta memiliki kemudahan untuk dijangkau dari berbagai arah, baik melalui darat maupun udara, sehingga Kota Solo saat ini merupakan pintu gerbangnya Jawa Tengah. Keberadaan Bandara Udara Adisumarmo sangat mendukung dengan dibukanya jalur-jalur penerbangan mancanegara. Kota Surakarta juga berada pada jalur strategis lalu lintas ekonomi perdagangan maupun kepariwisataan di antara Jogjakarta – Solo – Semarang (Joglo Semar) – Surabaya – Bali.

Posisi yang diperankan Kota Surakarta dalam mendukung program secara global juga cukup strategis karena memiliki infrastruktur yang sangat memadai dalam memasuki era globalisasi, maka sudah barang tentu keberadaan sumber daya manusia yang berkualitas sangat diperlukan karena tanpa didukung SDM yang berkualitas baik sebagai tenaga perencana, pelaksana, pengendali pembangunan di berbagai bidang akan sulit terlaksana dengan baik.

Pengaturan kebijakan Pemerintah Kota Surakarta meliputi semua aspek kelembagaan / organisasi atau Perangkat Pemerintah Kota Surakarta, yang terdiri dari pengelolaan pembiayaan dalam penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan masyarakat, kepegawaian / sumber daya aparatur dan sarana prasarannya, termasuk didalamnya pengembangan potensi pariwisata dengan revitalisasi kemitraan dan partisipasi seluruh komponen masyarakat dalam seluruh bidang pembangunan serta perekatan kehidupan bermasyarakat dengan komitmen cinta kota yang berlandaskan pada nilai – nilai Kota Budaya, mengembangkan seluruh kekuatan ekonomi daerah sebagai pemacu tumbuh dan berkembangnya ekonomi rakyat yang berdaya saing tinggi, serta mendayagunakan potensi pariwisata dan teknologi akrab lingkungan.

Era perdagangan global yang di dalamnya termasuk kepariwisataan, memuat kompetisi di bidang perencanaan, pelaksanaan serta efisiensi biaya dan manfaat, baik di dalam menciptakan kualitas layanan yang optimal maupun diversifikasi produk wisata yang mampu menggapai segmen pasar konsumen wisata secara Regional, Nasional dan Internasional.

Subtansi pembangunan pariwisata secara mendasar haruslah mencerminkan keberhasilan yang menjadi andalan dalam arti luas baik dari perolehan devisa, pertumbuhan ekonomi, peningkatan PAD, pemberdayaan ekonomi rakyat, perluasan kesempatan kerja dan berusaha, mampu tetap menjaga kepribadian dan budaya masyarakat serta terpeliharanya kelestarian fungsi lingkungan.

Pengertian “Pariwisata” menurut Undang – undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan, adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha – usaha yang terkait di bidang tersebut. Merujuk definisi tersebut di atas, pengembangan sektor pariwisata, seni dan budaya di Kota Surakarta termasuk di dalamnya pengembangan potensi obyek dan daya tarik wisata serta promosi pariwisata belum maksimal dilakukan. Namun demikian diperlukan sikap tetap optimis bahwa masalah ini dapat ditangani secara optimal sehingga mampu menjadi salah satu sektor andalan.

B. VISI dan MISI Dinas Pariwisata Seni dan Budaya

Di dalam Undang – undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, pada pasal 1 ayat (12) disebutkan bahwa **Visi** adalah rumusan umum mengenai keadaan yang diinginkan pada akhir perencanaan. Adanya rumusan visi dimaksudkan untuk mewujudkan suatu sasaran yang mungkin dicapai dalam jangka waktu tertentu. Visi merupakan cita – cita atau harapan yang diyakini dapat diwujudkan dalam kurun waktu tertentu.

Sedangkan pada ayat (13) dalam Undang – undang tersebut dinyatakan bahwa **Misi** adalah rumusan umum mengenai upaya –upaya yang akan dilaksanakan untuk mewujudkan visi. Dengan kata lain misi adalah rumusan mengenai apa – apa yang diyakini dapat dilakukan. Misi disusun berdasarkan visi yang telah dirumuskan karena misi merupakan penjabaran secara operasional dalam rangka pewujudan misi itu.

VISI :

TERWUJUDNYA KOTA SOLO SEBAGAI KOTA TUJUAN WISATA BERBASIS BUDAYA.

MISI :

1. Mendorong pelestarian dan pengembangan obyek dan daya tarik wisata unggulan.
2. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia bidang pariwisata dan budaya serta memberdayakan masyarakat dan dunia usaha yang berdaya saing global.
3. Menyediakan database yang lengkap dan akurat di bidang pariwisata dan kebudayaan yang berbasis teknologi informasi.
4. meningkatkan kerja sama / kemitraan antar daerah dan antar pelaku wista dalam pengelolaan obyek dan daya tarik wisata serta promosi pariwisata.

C. TUJUAN

Tujuan merupakan penjabaran, implementasi, atau operasionalisasi dari pernyataan misi. Tujuan dari Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kota Surakarta adalah :

1. Meningkatkan pengembangan dan pendayagunaan potensi obyek dan daya tarik wisata.
2. Meningkatkan profesionalisme SDM pariwisata dan budaya serta kemampuan masyarakat dan dunia usaha untuk dapat berpartisipasi aktif dalam pembangunan pariwisata.
3. Meningkatkan media promosi, informasi, dan jaringan pemasaran pariwisata.
4. Meningkatkan jaringan kemitraan strategis yang saling menguntungkan di bidang pariwisata,

D. Tugas dan Fungsi

Tugas pokok dan fungsi Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kota Surakarta berdasarkan Keputusan Walikota Surakarta Nomor 25 tahun 2001 tentang Pedoman Uraian Tugas Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kota Surakarta adalah sebagai berikut :

1. Tugas Pokok : Menyelenggarakan urusan pemerintah di bidang pariwisata, seni, dan budaya
2. Fungsi :
 - Penyusunan rencana program, pengendalian, evaluasi dan pelaporan.
 - Pengembangan usaha akomodasi wisata, rekreasi dan hiburan umum.
 - Pembinaan pelaku wisata.
 - Pengendalian dan Pengembangan aset wisata, seni, dan budaya.

- Pemasaran wisata.
- Pembinaan jabatan fungsional.
- Penyelenggaraan usaha tata usaha dinas.

E. Hal – hal yang dianggap penting

Dalam melaksanakan pembangunan di bidang Pariwisata (*Tourism*) agar lebih meningkat dan berkembang sesuai dengan kebutuhan manusia, maka secara bersamaan harus dilakukan peningkatan kegiatan di bidang perdagangan (*Trade*) dan penanaman modal / investasi (*Investment*) karena perdagangan dan investasi memiliki daya dukung cukup kuat untuk kemajuan pariwisata di daerah. Mengacu pada hal tersebut diatas maka keberhasilan pembangunan di bidang pariwisata di Kota Surakarta dapat diukur dari beberapa indikator di bawah ini :

1. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan (wisman dan wisnus) ke Kota Surakarta.
2. Meningkatnya lama tinggal wisatawan.
3. Meningkatnya jumlah pembelian / belanja wisatawan.
4. Meningkatnya *multiplier effect* kepariwisataan di Kota Surakarta.
5. Meningkatnya kesempatan berusaha di sektor pariwisata.
6. Terwujudnya industri pariwisata sebagai salah satu andalan pendapatn daerah.
7. Mantapnya citra positif pariwisata.
8. Tersedianya kebijakan dan prosedur investasi yang kompetitif.
9. Meningkatnya kegiatan investasi yang mendukung diversifikasi produk di obyek dan daya tarik wisata andalan.

10. Meningkatnya koordinasi antar instansi terkait dalam pengembangan pariwisata.
11. Meningkatnya kapasitas dan peran serta masyarakat dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) sebagai stakeholders pembangunan kebudayaan pariwisata.
12. Meningkatnya peran UMKM sebagai salah satu pelaku utama pengembangan industri pariwisata dan pendorong ekonomi kerakyatan.
13. Meningkatnya jaringan kemitraan strategis yang saling menguntungkan antara pelaku usaha pariwisata dalam berbagai jenis dan skala usaha.
14. Terwujudnya kelengkapan dan kehandalan sistim informasi dan pemasaran pariwisata berbasis teknologi informasi.
15. Meningkatnya kualitas dan kompetensi SDM kepariwisataan dalam upaya pengembangan pariwisata yang berdaya saing global.
16. Meningkatnya efektivitas dan efesiensi dalam pengelolaan pembangunan pariwisata.
17. Meningkatnya akuntabilitas dan manfaat pembangunan pariwisata.
18. Pembangunan kepariwisataan dilaksanakan secara berkelanjutan (*Tourism sustainable development*).

F. SRATEGI

Untuk mencapai hasil yang konsisten sesuai visi dan misi serta tujuan yang telah diterapkan, perlu disusun suatu strategi organisasi. Strategi organisasi merupakan cara untuk mencapai atau memperlancar tujuan dan sasaran. Strategi

yang akan ditempuh oleh Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kota Surakarta dalam 5 tahun mendatang adalah :

1. Pelestarian dan Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata :
 - a. Menempatkan obyek wisata sejarah dan budaya unggulan sebagai obyek sentral dan pintu distribusi wisatawan ke obyek dan daya tarik wisata lain.
 - b. Mengembangkan obyek wisata keunikan lokal dan wisata minat khusus berbasis budaya sebagai bagian dari obyek dan daya tarik wisata.
 - c. Mengembangkan ketertarikan antar obyek dan daya tarik wisata melalui paket wisata budaya dan minat khusus.
 - d. Mendorong tumbuhnya obyek – obyek wisata alternatif yang dapat dikembangkan guna lebih memperkaya tema dan memperluas serta pemeratakan manfaat pariwisata.
 - e. Meningkatkan kuantitas dan kualitas atraksi/event seni budaya sebagai daya tarik wisata.
 - f. Pengembangan sarana, prasarana dan kegiatan lainnya yang bersumber dari prakarsa masyarakat sebagai pendukung obyek dan daya tarik wisata.
2. Optimalisasi Kinerja SDM Bidang Pariwisata :
 - a. Peningkatan kuantitas dan kualitas SDM pariwisata melalui jalur formal dan non formal.
 - b. Peningkatan peran dan partisipasi pokdarwis dalam pembangunan pariwisata.
 - c. Pengembangan standarisasi sistim dan prosedur pelayanan perizinan.

- d. Peningkatan peran serta SDM sektor pariwisata dalam upaya mengoptimalkan event – event seni budaya.
3. Pengembangan Informasi dan Promosi Pariwisata :
 - a. Penyusunan panduan informasi obyek dan daya tarik wisata agar diperoleh kesamaan informasi dan jaminan kualitas informasi yang diberikan.
 - b. Pemanfaatan teknologi informasi secara optimal untuk peningkatan bagi promosi dan pemasaran pariwisata.
 4. Pengembangan Kerjasama / Kemitraan di Bidang Pariwisata :
 - a. Pengembangan keterpaduan pemasaran pariwisata antar daerah.
 - b. Pembentukan networking antar wilayah dan antar pelaku pariwisata dalam pelestarian serta pengembangan obyek dan daya tarik wisata.

G. KEBIJAKAN

Kebijakan merupakan pedoman umum pelaksanaan tindakan. Kebijakan pada dasarnya merupakan ketentuan – ketentuan yang harus dijadikan pedoman, pegangan dan petunjuk serta cara bagi setiap usaha dan kegiatan pemerintah sehingga tercapai kelancaran dan keterpaduan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Kebijakan yang diambil oleh SKPD Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kota Surakarta untuk mencapai tujuan organisasi meliputi :

1. Kebijakan Internal, yaitu kebijakan SKPD dalam mengelola pelaksanaan program – program pembangunan, terdiri dari :
 - 1.1 Peningkatan Pengelolaan Kepegawaian / SDM
 - 1.1.1 Meningkatkan kinerja organisasi dan aparatur.

- 1.1.2 Meningkatkan disiplin kerja, efisiensi waktu kerja dan efektivitas pencapaian target pekerjaan.
 - 1.1.3 Meningkatkan koordinasi antar sub dinas, bagian dan seksi.
 - 1.1.4 Mendorong motivasi kerja karyawan, antara lain melalui penyusunan *job description*, standart kinerja, dan *job enrichment*, yang diambil dengan pola pemberian *reward* dan *punishment* secara proporsional.
 - 1.1.5 Memberikan ruang yang lebih besar untuk menampung persoalan – persoalan yang timbul guna menjamin kelancaran komunikasi dua arah.
 - 1.1.6 Meningkatkan pelayanan kepegawaian.
 - 1.1.7 Meningkatkan kesejahteraan aparatur.
- 1.2. Peningkatan Pengelolaan Sumber Dana Keuangan
- 1.2.1 Merencanakan anggaran pembiayaan dan pengelolaan keuangan secara lebih sistematis mengacu pada kebutuhan riil yang diperlukan.
 - 1.2.2 Menggali potensi sumber – sumber pendapatan yang ada di wilayah kerja Dinas Pariwisata Seni dan Budaya.
 - 1.2.3 Meningkatkan efisiensi belanja dan pengeluaran rutin.
 - 1.2.4 Meningkatkan pengawasan penggunaan anggaran belanja dan pengeluaran yang kurang bermanfaat.
 - 1.2.5 Mengelola semua sumber dana keuangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

1.3. Peningkatan Pengelolaan Sarana dan Prasarana

- 1.3.1 Mengelola semua sarana dan prasarana dinas sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 1.3.2 Meningkatkan pemeliharaan sarana dan prasarana penunjang kegiatan dinas.

2. Kebijakan Eksternal, yaitu kebijakan yang ditetapkan oleh SKPD dalam rangka mengatur, mendorong dan memfasilitasi kegiatan masyarakat, terdiri dari :

2.1 Peningkatan Pengelolaan Obyek Wisata

- 2.1.1 Mengadakan inventarisasi obyek wisata dan menetapkan *Standart Operating System (SOP)* untuk dapat menentukan arah kebijakan lebih lanjut.
- 2.1.2 Menyiapkan sarana dan prasarana di obyek wisata serta pengembangan atraksi wisata, seni dan budaya.
- 2.1.3 Menyusun panduan informasi obyek wisata agar diperoleh kesamaan informasi dan jaminan kualitas informasi yang diberikan.
- 2.1.4 Mendorong tumbuhnya obyek – obyek wisata alternatif / baru yang dapat dikembangkan guna lebih memperkaya tema serta memperluas dan meratakan manfaat pariwisata.
- 2.1.5 Mendorong tumbuhnya partisipasi dunia usaha dan masyarakat untuk mengelola obyek wisata serta mendorong tumbuhnya

kepedulian pengelola dan masyarakat terhadap pemeliharaan dan pendayagunaan obyek wisata di lingkungannya.

2.2 Peningkatan Pembinaan Seni dan Budaya

2.2.1 Meningkatkan bantuan dan pembinaan terhadap sanggar / paguyuban / kelompok / organisasi seni dan budaya.

2.2.2 Meningkatkan event serta atraksi seni dan budaya

2.2.3 Meningkatkan penyelenggaraan pagelaran / pentas kesenian rakyat tradisional.

2.2.4 Menggali potensi seni dan budaya yang ada dan berkembang di masyarakat.

2.2.5 Membantu pengembangan seni dan budaya masyarakat yang ada di kelurahan – kelurahan.

2.3 Peningkatan Atraksi Wisata

2.3.1 Mengadakan inventarisasi atraksi – atraksi wisata dan menetapkan skala pelayanan untuk menentukan arah kebijakan pembinaannya lebih lanjut.

2.3.2 Menyusun panduan atas informasi atraksi wisata agar diperoleh kesamaan informasi dan jaminan kualitas informasi yang diberikan.

2.3.3 Mendorong tumbuhnya daya kreatifitas dan inovasi masyarakat untuk lebih memperkaya budaya lokal (*local genius*) untuk dapat dijadikan komoditi pariwisata yang lebih berkualitas.

- 2.3.4 Mengadakan pembinaan atraksi wisata dengan tujuan untuk lebih memberikan nilai lebih atas produk masyarakat sekaligus mampu memberikan citra positif terhadap kegiatan pariwisata.
- 2.3.5 Membangun pola pengembangan atraksi wisata yang mengacu pada pola *community based approach* yang menjamin terbentuknya *bottom up planning*.
- 2.4 Peningkatan Pelayanan Kepariwisataaan
 - 2.4.1 Meningkatkan pelayanan dalam bidang perizinan usaha jasa pariwisata.
 - 2.4.2 Meningkatkan pembinaan terhadap para pelaku pariwisata dan masyarakat secara terus – menerus dan berkesinambungan.
- 2.5 Peningkatan Usaha Rekreasi dan Hiburan Umum (URHU)
 - 2.5.1 Mengadakan inventarisasi URHU dan menetapkan Standart Operating System (SOP) untuk dapat menentukan arah kebijakan pembinaannya lebih lanjut.
 - 2.5.2 Mendorong tumbuhnya pusat – pusat URHU yang dapat melayani masyarakat luas dan yang sekaligus mampu mendorong tumbuhnya perekonomian rakyat.
 - 2.5.3 Mendorong pemberdayaan URHU yang tidak optimal pengelolaannya melalui pengembangan manajemen.
 - 2.5.4 Meningkatkan pengawasan atas pelaksanaan pengelolaan URHU agar tidak menyebabkan sumber keresahan lingkungan.

2.5.5 Meningkatkan koordinasi antar instansi untuk memberikan kemudahan pada pemberian izin usaha jasa pariwisata guna merangsang investasi pihak dunia usaha.

2.6 Peningkatan Akomodasi Wisata

2.6.1 Melakukan analisis terhadap kebutuhan jumlah dan kualitas sarana akomodasi wisata dikaitkan dengan program pengembangan paket wisata dan obyek wisata.

2.6.2 Mengembangkan upaya pengendalian internal usaha jasa akomodasi wisata.

2.6.3 Mengembangkan pola – pola pemberian kemudahan izin usaha secara terpadu antar instansi dalam segala tingkatan.

2.6.4 Memberikan arahan bagi pendayagunaan akomodasi yang telah ada sesuai dengan perkembangan kebutuhan yang diperlukan.

2.6.5 Mendorong kelancaran informasi perkembangan akomodasi menyangkut jumlah tamu, tingkat hunian, lama tinggal dan sebagainya.

2.7 Peningkatan Promosi dan Pemasaran Wisata

2.7.1 Pemanfaatan aplikasi teknologi informasi.

2.7.2 Melakukan promosi dengan sistim jaringan informasi terpadu.

2.7.3 Mempertahankan jalinan kerjasama pasar wisata yang telah ada.

2.7.4 Melakukan peningkatan kualitas produk dan layanan.

2.8 Peningkatan Kerjasama / Kemitraan

- 2.8.1 Meningkatkan koordinasi dengan instansi terkait baik pemerintah maupun swasta dalam rangka mencapai tujuan pembangunan dan pengembangan kepariwisataan.
- 2.8.2 Menjalinkan kerjasama dengan *stakeholders* dan masyarakat untuk meningkatkan partisipasi dan peran serta masyarakat dalam pengembangan kepariwisataan.
- 2.8.3 Menjalinkan kerjasama dengan organisasi pelaku pariwisata khususnya dalam kerja sama promosi dan pemasaran pariwisata.
- 2.8.4 Menjalinkan kerjasama dengan Dinas / Kantor Pariwisata se Subosukowonosraten / SOLO Raya untuk menarik sebanyak mungkin wisatawan nusantara maupun mancanegara.

H. STRUKTUR ORGANISASI

Sesuai dengan keputusan Walikota Nomor 25 Tahun 2001 BAB II Pasal 2 dan BAB III Pasal 3 Sampai dengan Pasal 24, tentang pedoman uraian Tugas Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kota Surakarta adalah sebagai berikut :

BAB II

SUSUNAN ORGANISASI DINAS PARIWISATA SENI DAN BUDAYA

Pasal 2

Susunan Organisasi Dinas, terdiri dari :

1. Kepala Dinas
2. Bagian Tata Usaha, terdiri dari :

- Sub Bagian Umum
 - Sub Bagian Kepegawaian
 - Sub Bagian Keuangan.
3. Sub Dinas Bina Program, terdiri dari :
 - Seksi Perencanaan
 - Seksi Pengendalian, Evaluasi, dan Pelaporan
 4. Sub Dinas Sarana Wisata, terdiri dari :
 - Seksi Akomodasi Wisata
 - Seksi Usaha Rekreasi dan Hiburan Umum
 5. Sub Dinas Pengendalian dan Pengembangan Aset Wisata Seni dan Budaya, terdiri dari :
 - Seksi Pengendalian dan Pelestarian Aset Seni dan Budaya
 - Seksi Pengembangan Aset Seni dan Budaya
 6. Sub Dinas Pemasaran Wisata, terdiri dari :
 - Seksi Promosi Wisata
 - Seksi Pelayanan dan Informasi Pariwisata
 7. Kelompok Jabatan Fungsional

BAB III

URAIAN TUGAS JABATAN STRUKTURAL

Bagian Kesatu

Kepala Dinas

Pasal 3

1. Kepala Dinas mempunyai tugas melaksanakan urusan Pemerintahan di bidang Kepariwisata, Seni dan Budaya
2. Uraian tugas dimaksud pada ayat 1 pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun rencana strategis dan program kerja tahunan Dinas sesuai dengan Program Pembangunan Daerah (Properda)
 - Membagi tugas kepada bawahan sesuai bidang tugas agar tercipta pemerataan tugas
 - Memberi petunjuk dan arahan kepada bawahan guna kejelasan pelaksanaan tugas
 - Mengawasi pelaksanaan tugas bawahan agar tidak terjadi penyimpangan
 - Memeriksa hasil kerja bawahan untuk mengetahui kesulitan dan hambatan serta memberikan jalan keluarnya
 - Menilai hasil kerja bawahan secara periodik guna bahan peningkatan kinerja.

- Merumuskan kebijakan teknis pemberian bimbingan dan pembinaan terhadap urusan bina program, sarana wisata, pengendalian dan pengembangan aset wisata serta pemasaran wisata.
- Memberikan perijinan di bidang kepariwisataan, seni dan budaya sesuai dengan kebijakan teknis yang telah ditetapkan berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku
- Menyelenggarakan urusan tata saha Dinas
- Menyelenggarakan pembinaan dan pengembangan di bidang kepariwisataan, seni dan budaya
- Menyelenggarakan pembinaan kelompok jabatan fungsional
- Menginventaris permasalahan – permasalahan guna menyiapkan bahan petunjuk pemecahan masalah
- Menyelenggarakan tertib administrasi serta membuat laporan berkala dan tahunan
- Melaksanakan koordinasi dengan instansi terkait guna kelancaran pelaksanaan tugas
- Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas
- Melaksanakan tugas lain yang diberikan atasan

Bagian Kedua

Bagian Tata Usaha

Pasal 4

Bagian Tata Usaha, terdiri dari :

- Sub Bagian Umum
- Sub Bagian Kepegawaian
- Sub Bagian Keuangan

Pasal 5

1. Kepala Bagian Tata Usaha mempunyai tugas melaksanakan administrasi umum, perijinan, kepegawaian, dan keuangan sesuai dengan kebijakan teknis yang ditetapkan Kepala Dinas
2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun program kerja Bagian Tata Usaha berdasarkan rencana strategis dan program kerja tahunan Dinas
 - Membagi tugas kepada bawahan sesuai bidang tugas agar tercipta pemerataan tugas
 - Memberi petunjuk dan arahan kepada bawahan guna kejelasan pelaksanaan tugas
 - Mengelola administrasi surat menyurat, peralatan dan perlengkapan kantor , rumah tangga, perjalanan dinas serta dokumen dan perpustakaan
 - Menyelenggarakan Sistem Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum

- Menyelenggarakan tertib administrasi serta membuat laporan berkala dan tahunan
- Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas

Pasal 6

1. Kepala Sub Bagian Umum mempunyai tugas melaksanakan urusan surat menyurat, kearsipan, penggandaan, perijinan, perjalanan dinas, rumah tangga, pengelolaan barang inventaris, pengaturan penggunaan kendaraan dinas serta perlengkapannya, hubungan masyarakat dan sistim Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum
2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun rincian kerja Sub Bagian Umum berdasarkan program kerja Bagian Tata Usaha.
 - Membagi tugas kepada bawahan sesuai bidang tugas agar tercipta pemerataan tugas
 - Mengurus administrasi batang inventaris, surat – menyurat kearsipan dan dokumen
 - Melaksanakan administrasi perijinan
 - Melaksanakan urusan rumah tangga, perjalanan dinas, hubungan masyarakat dan protokol
 - Melaksanakan pengadaan dan pemeliharaan dan perlengkapan dinas
 - Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas

- Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan

Pasal 7

1. Kepala Sub Bagian Kepegawaian mempunyai tugas melaksanakan administrasi kepegawaian
2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun rincian kerja Sub Bagian Kepegawaian berdasarkan program kerja Bagian Tata Usaha
 - Membagi tugas kepada bawahan sesuai bidang tugas agar tercipta pemerataan tugas
 - Menyiapkan dan mengelola bahan penyusunan rencana kebutuhan pegawai
 - Menyiapkan dan mengolah bahan usulan yang meliputi pengangkatan, kenaikan pangkat, perpindahan, pemberhentian, pensiun, kenaikan gaji dan tunjangan
 - Merencanakan dan mengusulkan kebutuhan jenis pendidikan dan pelatihan pegawai, calon peserta pendidikan dan pelatihan serta calon peserta ujian Dinas Pegawai
 - Memproses permohonan cuti dan mengusulkan permohonan kartu pegawai, kartu istri/kartu suami, kartu tabungan asuransi pensiun dan asuransi kesehatan
 - Menyiapkan dan memproses Daftar Penilaian Pelaksanaan Pekerjaan (DP3) pegawai dan Laporan Pajak – Pajak Pribadi (LP2P)
 - Memproses laporan perkawinan, ijin perkawinan, dan perceraian

- Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas
- Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan

Pasal 8

1. Kepala Sub Bagian Keuangan mempunyai tugas melaksanakan administrasi keuangan
2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) pasal ini adalah
 - Menyusun rincian kerja Sub Bagian Keuangan berdasarkan program kerja Bagian Tata Usaha
 - Menyiapkan bahan penyusunan rencana anggaran dalam bentuk Daftar Usulan Kegiatan Daerah (DUKDA) dan Daftar Usulan Proyek Daerah
 - Menyusun Daftar Isian Kegiatan Daerah (DIKDA) dan Daftar Isian Proyek Daerah (DUPDA)
 - Melakukan pengawasan laporan administrasi keuangan bendahara rutin dan pembangunan dengan membubuhkan paraf
 - Menyiapkan bahan usulan perubahan anggaran
 - Menyiapkan bahan perhitungan anggaran
 - Menyelenggarakan administrasi pembukuan, pertanggungjawaban dan laporan keuangan
 - Menyelenggarakan pembuatan daftar gaji pegawai
 - Menyelenggarakan pembayaran gaji pegawai

- Mengkoordinasikan administrasi keuangan anggaran rutin dan pembangunan

Bagian Ketiga

Sub Dinas Bina Program

Pasal 9

Sub Dinas Bina Program, terdiri dari :

- Seksi Perencanaan
- Seksi Pengendalian Evaluasi dan Pelaporan

Pasal 10

1. Kepala Sub Dinas Bina Program mempunyai tugas melaksanakan penyusunan rencana strategis dan program kerja tahunan Dinas, mengadakan monitoring dan pengendalian serta evaluasi dan pelaporan sesuai dengan kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Dinas.
2. Uraian tugas yang dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun rencana strategis dan program kerja Tahunan Dinas sesuai dengan Program Pembangunan Daerah.
 - Menyusun program kerja DUB Dinas Bina Program berdasarkan rencana strategis dan program kerja tahunan.
 - Membagi tugas kepada bawahan sesuai bidang tugas agar tercipta pemerataan tugas.

- Menghimpun, mengolah dan menyajikan data informasi untuk menyusun rencana strategis dan program kerja tahunan Dinas.
- Melaksanakan monitoring dan pengendalian pelaksanaan rencana strategis dan program kerja tahunan guna evaluasi dan pelaporan.
- Melaksanakan evaluasi dan analisa hasil kerja guna pengembangan rencana strategis dan program kerja tahunan Dinas.
- Menginventaris permasalahan-permasalahan guna menyiapkan bahan petunjuk pemecah masalah.

Pasal 11

1. Kepala Seksi Perencanaan mempunyai tugas mengumpulkan, mengolah dan menyajikan data sebagai bahan penyusunan rencana strategis dan program kerja tahunan Dinas.
2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun rincian kerja Seksi Perencanaan berdasarkan program kerja Sub Dinas Bina Program.
 - Mengumpulkan data secara metodologis sebagai bahan dasar penyusunan rencana strategis dan program kerja tahunan Dinas.
 - Mengolah, menganalisa dan menyajikan data untuk pengembangan kegiatan Dinas.
 - Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada atasan sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.

Pasal 12

1. Kepala Seksi pengendalian, Evaluasi dan Pelaporan mempunyai tugas melaksanakan monitoring dan pengendalian, analisa dan evaluasi data serta menyusun laporan hasil pelaksanaan rencana strategis dan program tahunan Dinas.
2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) pasal ini sebagai berikut :
 - Menyusun rincian kerja Seksi pengendalian, Evaluasi dan Pelaporan berdasarkan program kerja Sub Dinas Bina Program.
 - Melaksanakan monitoring dan pengendalian pelaksanaan rencana strategis dan program kerja tahunan Dinas.
 - Melaksanakan tertib administrasi serta membuat laporan berkala dan tahunan.

Bagian keempat

Sub Dinas Sarana Wisata

Pasal 13

Sub Dinas Sarana Wisata, terdiri dari :

- Seksi Akomodasi Wisata
- Seksi Usaha Rekreasi dan Hiburan Umum

Pasal 14

1. Kepala Sub Dinas Sarana Wisata mempunyai tugas menyelenggarakan pembinaan di bidang akomodasi wisata dan usaha rekreasi dan hiburan umum sesuai kebijakan teknis yang ditetapkan Kepala Dinas.

2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun program kerja Sub Dinas Sarana Wisata berdasarkan rencana strategis dan program kerja Tahunan Dinas.
 - Melaksanakan pembinaan wisata dan budaya.
 - Memantau dan mengembangkan akomodasi wisata dan budaya.
 - Memantau dan mengembangkan usaha rekreasi dan hiburan umum.
 - Membagi tugas kepada bawahan sesuai bidang tugas agar tercipta pemerataan tugas.
 - Menginventaris permasalahan – permasalahan guna menyiapkan bahan petunjuk pemecah masalah.

Pasal 15

1. Kepala seksi Akomodasi Wisata mempunyai tugas melaksanakan pembinaan dan pemantauan akomodasi wisata.
2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun rincian kerja Seksi Akomodasi Wisata berdasarkan program kerja Sub Dinas Sarana Wisata.
 - Menyiapkan dan melaksanakan pembinaan akomodasi wisata.
 - Melaksanakan pemantauan akomodasi wisata.
 - Memproses perijinan akomodasi wisata.
 - Menyusun rencana program dan petunjuk teknis pembinaan prasarana wisata dan budaya.
 - Melaksanakan tertib administrasi serta membuat laporan berkala dan tahunan.

Pasal 16

1. Kepala Seksi Usaha Rekreasi dan Hiburan Umum mempunyai tugas melaksanakan pembinaan dan pemantauan usaha rekreasi dan hiburan umum.
2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun rincian kerja Seksi Usaha Rekreasi dan Hiburan Umum berdasarkan program kerja Sub Dinas Sarana Wisata.
 - Menyiapkan dan melaksanakan pembinaan usaha rekreasi dan hiburan umum.
 - Melaksanakan pemantauan usaha rekreasi dan hiburan umum.
 - Menyusun rencana program dan petunjuk teknis pembinaan prasarana wisata dan budaya.
 - Melaksanakan tertib administrasi serta membuat laporan berkala dan tahunan.

Bagian Kelima**Sub Dinas Pengendalian dan Pengembangan****Aset Wisata Seni dan Budaya****Pasal 17**

Sub Dinas Pengendalian dan Pengembangan aset Wisata Seni dan Budaya, terdiri dari :

- Seksi Pengendalian dan Pelestarian Aset Seni dan Budaya.

- Seksi Pengembangan Aset Seni dan Budaya.

Pasal 18

1. Kepala Sub Dinas Pengendalian dan Pengembangan aset Wisata Seni dan Budaya mempunyai tugas menyelenggarakan pembinaan di bidang pengendalian, pelestarian, pengembangan aset seni dan budaya sesuai dengan kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Dinas.
2. Uraian tugas yang dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun program kerja Sub Dinas Pengendalian dan Pengembangan aset Wisata Seni dan Budaya berdasarkan rencana strategis dan program kerja Dinas.
 - Menyiapkan dan melaksanakan pembinaan, pengendalian, pelestarian, dan pengembangan aset seni dan budaya.
 - Melaksanakan pemantauan aset seni dan budaya sebagai obyek dan daya tarik wisata.
 - Mendata keberadaan dan kegiatan obyek dan daya tarik wisata.
 - Melaksanakan tertib administrasi serta membuat laporan berkala dan Tahunan.

Pasal 19

1. Kepala Seksi Pengendalian dan Pelestarian Aset Seni dan Budaya mempunyai tugas melaksanakan pembinaan, pemantauan, pengendalian, dan pelestarian aset seni dan budaya.
2. Uraian tugas yang dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, sebagai berikut :

- Menyusun rincian kerja Seksi Pengendalian dan Pelestarian Aset Seni dan Budaya berdasarkan program kerja Sub Dinas Pengendalian dan Pengembangan aset Wisata Seni dan Budaya.
- Menyiapkan dan melaksanakan pembinaan pengendalian dan pelestarian aset seni budaya.
- Melaksanakan pemantauan aset seni dan budaya sebagai obyek daya tarik wisata.
- Mendata keberadaan dan kegiatan obyek dan daya tarik wisata.

Pasal 20

1. Kepala Seksi Pengembangan Aset Seni dan Budaya mempunyai tugas melaksanakan pembinaan, pemantauan, dan pengembangan aset seni dan budaya.
2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun rincian kerja Seksi Pengembangan Aset Seni dan Budaya berdasarkan program kerja Dinas Pengendalian dan Pengembangan aset Wisata Seni dan Budaya.
 - Menyiapkan dan melaksanakan pembinaan dan pengembangan aset seni budaya.
 - Melaksanakan pemantauan pengembangan aset seni dan budaya.
 - Mendata keberadaan dan kegiatan sanggar seni budaya.

Bagian Keenam

Sub Dinas Pemasaran Wisata

Pasal 21

Sub Dinas Pemasaran Wisata, terdiri dari :

- Seksi Promosi Wisata
- Seksi Pelayanan dan Informasi Pariwisata

Pasal 22

1. Kepala Sub Dinas Pemasaran Wisata mempunyai tugas menyelenggarakan pembinaan promosi wisata dan pelayanan informasi pariwisata sesuai dengan kebijakan teknis yang ditetapkan oleh Kepala Dinas.
2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, sebagai berikut :
 - Menyusun program kerja Sub Dinas Pemasaran Wisata berdasarkan rencana strategis dan program kerja tahunan Dinas.
 - Merencanakan dan melaksanakan pembinaan promosi wisata, pelayanan informasi pariwisata dan pemasaran wisata.
 - Melaksanakan pemantauan pelaksanaan promosi wisata, pelayanan informasi pariwisata dan pemasaran wisata.
 - Melaksanakan tertib administrasi serta membuat laporan berkala dan tahunan.

Pasal 23

1. Kepala Seksi Promosi Wisata mempunyai tugas melaksanakan pembinaan promosi wisata

2. Uraian tugas dimaksud pada ayat (1) Pasal ini, sebagai berikut :

- Menyusun rincian kerja Seksi Promosi Wisata berdasarkan program kerja Sub Dinas Pemasaran Wisata.
- Merencanakan dan melaksanakan pembinaan pelayanan dan informasi pariwisata.
- Melaksanakan pemantauan pelayanan dan informasi pariwisata.
- Melaksanakan koordinasi demi kelancaran pelaksanaan tugas.

Pasal 24

1. Kepala Seksi Pelayanan dan Informasi Pariwisata mempunyai tugas melaksanakan pembinaan pelayanan dan informasi pariwisata.

2. Uraian tugas pada ayat (1) Pasal ini, sebagai berikut :

- Menyusun rincian kerja Seksi Pelayanan dan Informasi Pariwisata berdasarkan program kerja Sub Dinas Pemasaran Wisata.
- Merencanakan dan melaksanakan pembinaan pelayanan dan informasi pariwisata
- Melaksanakan pemantauan pelayanan dan informasi pariwisata.
- Menginventarisasi permasalahan – permasalahan guna menyiapkan bahan petunjuk pemecahan masalah.

BAB IV

PELAKSANAAN MAGANG

Dalam bab ini, penulis ingin menjelaskan proses Kuliah Kerja Media Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Surakarta. Proses kerja secara umum dilaksanakan hari Senin sampai dengan Jumat dari pukul 07.30 – 16.00 Wib.

1. Minggu 1

Pada awal Kuliah Kerja Media (KKM) penulis memperoleh penjelasan tentang kegiatan kerja yang akan dilakukan penulis selama Magang oleh Ibu, Keksi selaku Kasubdin Bagian Pemasaran Dinas Pariwisata Seni dan Budaya. Tugas di minggu pertama ditempatkan di bagian TIC (Tourist Information Center). Adapun tugas – tugas yang diberikan antara lain :

- a. Mempelajari sistem kerja yang ada di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya.
- b. Mempelajari tugas – tugas dan fungsi yang ada di bagian Pemasaran Dinas Pariwisata Seni dan Budaya.
- c. Mempelajari tentang materi pariwisata, dan budaya. Baik itu tempat pariwisata, pusat kebudayaan, pusat perbelanjaan, dan segala hal yang berkaitan dengan pariwisata, seni, dan budaya yang ada di kota Solo dan sekitarnya. Hal ini berkaitan dalam rangka memberi informasi kepada wisatawan baik asing maupun lokal yang datang ke Dinas Pariwisata Seni dan Budaya.

- d. Melaksanakan tugas – tugas umum yang berkaitan dengan aktivitas kesekretariatan.
- Menerima surat dan mencatatnya ke dalam surat masuk.
 - Menerima telepon.
 - Mengirimkan Fax.
 - Menerima tamu.
- e. Membantu aktivitas kerja di Bagian Promosi dalam meng-Upload berita di website atau situs resmi Dinas Pariwisata Seni dan Budaya.

Kendala yang dihadapi di minggu pertama adalah kesulitan beradaptasi dengan sistem kerja yang ada di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya. Dalam minggu pertama penulis belum mampu beradaptasi dengan segala hal yang ada, antara lain : Merasa canggung ketika menerima turis baik mancanegara atau turis local, hal ini dikarenakan karena dalam minggu – minggu pertama masih beradaptasi dan mempelajari tentang materi kepariwisataan. Dan untuk mengatasi kendala tersebut penulis mencoba mengkonsultasikan dengan pembimbing penulis di TIC Dinas Pariwisata Seni dan Budaya yaitu Bpk. Santanu Kelik. Beliau memberi penjelasan dan pengarahan kepada penulis tentang bagaimana menerima dan menghadapi turis yang datang dan juga bagaimana harus menjelaskan tentang materi kepariwisataan yang dimiliki oleh kota Solo dan sekitarnya. Kendala lain yang dihadapi oleh penulis adalah penguasaan Bahasa Inggris serta penguasaan praktek berbicara dalam Bahasa Inggris yang

kurang. Penulis sangat menyadari bahwa kemampuan penulis dalam berbahasa Inggris sangat kurang, maka dari itu penulis mencoba mengambil inisiatif untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh penulis dengan cara membuat daftar percakapan Bahasa Inggris dan apa yang dilakukan penulis sangat membantu dalam berkomunikasi dengan turis asing.

Kemajuan yang dialami penulis di minggu pertama adalah penulis dapat menguasai proses pengenalan Informasi Kepariwisata dengan menggunakan Bahasa Indonesia. Dan juga penulis mampu mulai mempraktekkan penggunaan berkomunikasi dengan turis asing menggunakan Bahasa Inggris walaupun masih terbata – bata. Penulis juga dapat beradaptasi dengan staf – staf di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya.

2. Minggu II

Di Minggu kedua kegiatan yang dilakukan oleh penulis adalah memberikan arahan, saran tentang informasi kepariwisataan yang ada di kota Solo maupun di sekitar kota Solo. Kegiatan lain yang dilakukan penulis adalah melakukan pendataan turis yang berkunjung ke TIC Dinas Pariwisata Seni dan Budaya. Pendataan ini dilakukan dengan tujuan :

- a. Mengetahui jumlah turis yang masuk ke kota Solo.
- b. Mengetahui jumlah turis yang berkunjung ke TIC.
- c. Sebagai bahan statistik pembuatan laporan tahunan.
- d. Menjadi tolok ukur untuk memperbaiki kinerja Dinas Pariwisata Seni dan Budaya.

Selain itu, penulis juga membuat draft kegiatan atau event yang ada di kota Solo selama 1 bulan, dengan mengacu pada Calendar Events yang ada. Ini bertujuan sebagai bahan informasi para turis untuk mengetahui kegiatan atau event budaya apa saja yang ada di Kota Solo.

Dalam minggu ini kendala yang dihadapi penulis adalah kurangnya penguasaan bahasa diluar bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Selain penulis kurang menguasai akses transportasi ke tujuan daerah wisata sehingga dalam memberikan informasi kurang begitu sempurna. Penulis kemudian menanyakan hal itu ke bagian akomodasi wisata dan disana penulis di beri sebuah buku panduan berkaitan dengan akomodasi transportasi di daerah wisata di kota Solo maupun sekitarnya.

3. Minggu III

Dalam minggu ini selain melakukan kerja rutin di TIC (Tourist Information Center) , penulis juga berkesempatan membantu pameran pariwisata yang diadakan di Jakarta dalam rangka memperingati 100 tahun Kebangkitan Nasional. Hal yang dilakukan penulis antara lain membuat daftar barang, materi, ataupun properti yang akan dibawa dalam pameran serta juga mempersiapkan media promo berupa brosur sebanyak 2000 lembar dalam hal ini bekerjasama dengan DEPKOMINFO. Dalam mempersiapkan materi ataupun properti penulis berkoordinasi dengan Bpk. Arifin selaku staff promosi wisata. Adapun barang, materi dan properti yang disiapkan antara lain :

- Batik

- Wayang
- Keris
- Miniatur Gamelan
- Kerajinan Tangan seperti seruling bambu, kerajinan anyaman, dll.
- Foto dan video pariwisata dan event-event daerah,
- Selain itu yang tidak kalah penting adalah media promo yang dibawa seperti brosur, X banner, dan juga buku Solo Tourism Guide. Buku ini berisi panduan seputar pariwisata yang ada di kota Solo dan sekitarnya.

Hal lain yang dilakukan penulis di minggu ketiga adalah melakukan pendataan surat yang masuk ke Bagian Pemasaran di Dinas Pariwisata.

4. Minggu IV

Di minggu keempat ini penulis sudah diberi tugas untuk menangani turis asing. Biasanya dalam minggu-minggu sebelumnya penulis selalu didampingi ketika menghadapi turis asing, tapi dalam minggu keempat penulis sudah diharapkan untuk berkomunikasi dengan turis asing dalam memberikan arahan dan informasi seputar wisata yang ada di kota Solo dan sekitarnya.

Selain itu penulis juga berkesempatan untuk mendesain tulisan stan Dinas Pariwisata Seni dan Budaya dalam pameran yang diadakan di Jakarta dalam rangka memperingati 100 tahun Kebangkitan Nasional.

Kendala yang dihadapi penulis adalah permasalahan komunikasi dengan turis-turis asing yang aksen bahasa Inggris susah dimengerti.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dalam melakukan Kuliah Kerja Media (KKM) di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Solo, penulis berkesempatan magang di Tourist Information Center. Di Tourist Information Center penulis dibina mengenai hal yang berhubungan dengan informasi pariwisata yang ada di kota Solo dan sekitarnya serta belajar berkomunikasi langsung dengan para turis berkaitan dengan informasi pariwisata..

Selama melakukan magang , penulis mengalami berbagai kendala. Diantaranya belum lancar dalam penggunaan bahasa Inggris , kurang menguasai materi tentang transportasi ke daerah tujuan wisata..

Kemajuan yang dialami penulis selama melakukan Kuliah Kerja Media (KKM) di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Solo antara lain penulis dapat mengetahui proses kerja di Tourist Information center. Dan juga dalam memberikan pelayanan yang ramah dan memuaskan kepada turis yang datang ke Tourist Information Center.

Selama satu bulan melakukan magang di Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Solo tujuan penulis adalah untuk mengetahui proses penyampaian informasi kepada turis baik lokal maupun asing.

B. SARAN –SARAN

1. Bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNS terutama Program DIII Komunikasi Terapan untuk diupayakan menyediakan sarana dan prasarana komunikasi dan kesekretariatan. Sehingga mahasiswa dalam pelaksanaan magang tahun depan lebih mampu mengaplikasikan ilmu yang di dapat selama di bangku perkuliahan ke dalam dunia kerja.
2. Bagi Dinas Pariwisata Seni dan Budaya , perlu melakukan perbaikan terhadap sarana dan prasarana di daerah tujuan wisata mengingat banyaknya keluhan para wisatawan atau turis mengenai kebersihan dan kurangnya sarana dan prasarana .

DAFTAR PUSTAKA

Kasali , Rhenald . Manajemen Public Relation , Jakarta: PT. TeePRint .

2003

Kasmir,S.E.,M.M. Etika Customer Service . Jakarta:PT. Raja Grafindo

Persada . 2006

Nirwana , Service Marketing Strategy . Malang : DIOMA .2006

Pusat Pelatihan Pioner Indonesia. Panduan Layanan Konsumen . Jakarta :

Pioner Indonesia . 2005

Sr. Assumpta, Maria Rumanti OSF . Dasar-Dasar Public Relation.

Jakarta:PT. Grasindo . 2004