

Pengadaan Brosur Dwibahasa bagi Obyek Wisata Desa Menari, Ngrawan, Getasan Kabupaten Semarang

¹Idha Nurhamidah *, ²Hartono, ³Sugeng Purwanto

¹Prodi Sastra Inggris, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Indonesia

²Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, Indonesia

³Prodi Sastra Inggris, Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia

*Corresponding Author

Jl. Raya Kaligawe KM. 4 Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

Telp. (+6224) 65833584, Fax (+6224) 6594366

Email: idhanurhamidah@unissula.ac.id

Received:

17 November 2019

Revised:

29 May 2020

Accepted:

30 May 2020

Published:

31 May 2020

Abstrak

Tujuan PKM ini yaitu pengadaan Brosur Dwibahasa Obyek Wisata Desa Menari, yang terletak di Desa Ngrawan, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah dalam rangka peningkatan layanan wisata pada tingkat international. Hal tersebut dilakukan mengingat semakin meningkatnya animo pengujung obyek wisata tersebut baik dalam maupun manca negara. Metode yang digunakan dalam PKM ini adalah menggali informasi sebanyak-banyaknya melalui wawancara mendalam dengan Ketua Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Ki Tanu Wijaya, yaitu Bapak Trisno, yang akrab dipanggil Kang Tris. Wawancara meliputi informasi terkait dengan paket-paket yang tersedia dan bisa dinikmati oleh wisatawan baik domestic maupun manca negara. Hasil wawacara dikemas menjadi Brosur Dwibahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Brosur tersebut telah dicetak edisi mewah dan sudah dapat dipakai sebagai sarana penyebaran informasi oleh bagian marketing Obyek Wisata Desa Menari, Getasan Kabupaten Semarang untuk para calon wisatawan.

Kata kunci: brosur dwibahasa desa menari; layanan wisata

Abstract

This community service on issuing Bilingual Brochure on “Desa Menari” Tourist Destination, located at Ngrawan Village, Getasan District, Semarang Regency, Central Java aims at promoting tourism services at international level. This was done in response to the increasing numbers of both domestic and foreign visitors. The method employed was to explore as much as possible any information through in-depth interview with the Chair of Ki Tanu Wijaya Pokdarwis (Tourism Awareness Club), namely Mr. Trisno, best-known as Kang Tris. The interview focused on any information related to tourism packages available for enjoyment by both domestic and foreign visitors. The results of the interview were then presented in a bilingual brochure of Indonesian and English languages. The brochure has been printed and is ready for marketing use to attract potential visitors to enjoy Desa Menari Ngrawan Village, Getasan District, Semarang Regency.

Keywords: bilingual brochure; desa menari; tourism services

PENDAHULUAN

Desa Menari sebagai obyek wisata berada di kawasan Desa Ngrawan, Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Dipilihnya nama Desa Menari memiliki latar belakang bahwa penduduk setempat memiliki bakat menari yang diperoleh secara turun temurun (Syarif, Paranti, & Putra, 2019). Di samping itu kata 'menari' merupakan akronim dari Menebar Harmoni Merajut Inspirasi Menuai Memori. Peruguruan Tinggi (PT) memiliki peran strategis dalam pengembangan Desa Menari tersebut sangat tinggi baik dalam bentuk penelitian maupun pengabdian kepada masyarakat. Setiap tahunnya secara silih berganti PT selalu berkontribusi sesuai dengan program masing-masing. Peran serta masyarakat di desa tersebut untuk mengembangkan pariwisata dinilai cukup tinggi (Wicaksono & Triyono, 2017).

Dari sekian banyak program baik yang sudah dilaksanakan maupun yang sedang dilaksanakan, Unissula berhasil mengidentifikasi satu PKM yang sangat potensial dalam rangka pengembangan Obyek Wisata Desa Menari, yakni pengadaan **Brosur Dwibahasa** (Suryaningtyas, Nugroho, Cahyono, Nababan, & Santosa, 2019), yang memuat informasi ikon-ikon wisata andalan agar dapat diketahui publik sebelum memutuskan untuk memilih obyek wisata dalam rangka mengisi liburan, di samping tercatat beberapa wisatawan yang khusus mnyempatkan berkunjung ke Desa Menari untuk tujuan pembelajaran (Jamaludin, Purwanti, & Wijaningsih, 2017), khususnya terkait dengan kehidupan didesa (*rural life*), berupa petualangan dan belajar bertani serta berternak, ada juga yang belajar membuat sabun susu sebagai produk unggulan rumah tangga (industry rumah tangga). Oleh karena itu, keberadaan Brosur Dwibahasa menjadi hal yang tidak bisa ditunda-tunda lagi (Susilo & Soeroso, 2014).

Selama ini Agen Wisata hanya memiliki akses pada brosur monobahasa (bahasa Indonesia), yang tentunya sangat membatasi akses informasi bagi calon wisatawan asing atau manca negara. Oleh karena itu kebutuhan akan brosur dwibahasa menjadi sangat signifikan untuk menunjang pengembangan promosi atau marketing Desa Menari pada tingkat internasional. Brosur dwibahasa yang sudah jadi akan segera disebar luaskan ke beberapa agen wisata, baik domestik maupun manca negara untuk lebih berperan sebagai daya tarik calon wisatawan.

Di samping itu, keberadaan brosur dwibahasa akan sangat membantu para pemandu wisata lokal yang dirasa masih belum memiliki ketrampilan berbahasa Inggris yang memadahi dan oleh karena itu beberapa informasi harus diterjemakan dalam bahasa Inggris (Afdal, 2016). Mereka dapat terbantu tidak harus menjelaskan ikon-ikon wisata, dan oleh karena itu waktu dapat dimanfaatkan untuk kegiatan yang lain.

METODE

Data dalam PKM ini diperoleh melalui wawancara (Aziz, 2019; Guntar, 2019; Hidayat, KRISTYANTO, & Riyadi, 2019; Lismarwan & Nashori, 2019; Sakban, Nurmal, & Ridwan, 2019) mendalam dengan narasumber yaitu Bapak Trisno (Kang Tris) yang merupakan Ketua Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Ki Tanuwijaya yang berkantor tepat di Sentra Wisata Desa Ngrawan. Wawancara mendalam tersebut berkisar pada ikon-ikon wisata yang ada dan siap sebagai tujuan wisata. Hasil wawancara disusun secara sistematis dan menarik menjadi sebuah brosur dwibahasa dengan struktur ginerik (SENAT, MALAYSIA, & USAHAWAN,

2019) meliputi Pembukaan, Produk dan Layanan, serta ditutup dengan penutup yang memberikan informasi tta cara akses.



Gambar 1. Wawancara Mendalam dengan Kang Trisno

Secara kebetulan Kang Trisno bersikap sangat terbuka kepada siapa saja yang hendak melakukan penelitian atau pengabdian (PKM), termasuk kepada Tim PKM Unissula. Dengan demikian, informasi yang dapat digali menjadi semakin komprehensif, bahkan Kang Trisno dapat memberikan informasi yang terlewat dari daftar pertanyaan kami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Brosur dwibahasa yang akan dibuat berurutan folio dengan cetak *landscape* di atas kertas istimewa sehingga terkesan mewah. *Softcopy* brosur juga diberikan kepada Kang Trisno untuk *reprint* di kemudian hari, atau jika brosur sudah habis terpakai. Tampilan brosur dibagi menjadi tiga kolom dengan template yang merupakan hasil *download* dari **Ms.Word** (*Tri-fold Business Brochure*).

Brosur juga disusun mengikuti *theory of genre* (Aji, 2019; Pane & Aditya, 2019; Sualang, 2019; Wisnu, 2019), yakni mengikuti kaidah *generic structure* (struktur generik) yang baku, resmi dan dapat dipercaya. Adapun struktur generik brosur tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

Pembukaan

Selamat Datang di Desa Menari

Sebuah obyek wisata konservasi alami dan inovatif yang terletak di Dukuh Tanon, Desa Ngrawan, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah, dengan ketinggian 100 meter di atas permukaan air laut, di kaki Gunung Telomoyo, dan berjarak 53 kilometer dari ibu kota Provinsi Jawa Tengah dan 32 kilometer dari ibu kota Kabupaten.

Welcome to *Desa Menari*

A well-preserved, natural, innovative tourist destination located at Tanon Sub-Village, Ngrawan Village, Getasan District, Semarang Regency, Central Java Province, with a height of 100 meters above sea level, right at the foot of Telomoyo Mountain, it is 53 kilometers from the capital city of Central Java Province and 32 kilometers from the Regency Capital.

Terlihat diatas adalah bagian pembukaan, berisi informasi yang bersifat persuasif agar dapat menarik calon wisatawan yakni menyangkut tata letak situasi geografis obyek wisata lengkap dengan data kuantitatif terkait dengan jarak tempuh. Informasi ini penting sebagai basis

para calon wisatawan agar dapat membuat *itinerary planning* dengan lebih komprehensif. Untuk yang berbahasa Inggris, kami sengaja **tidak** menerjemahkan Desa Menari menjadi *Dancing Village* karena hal ini justru menyalahi aturan. Nama tidak seharusnya diterjemahkan. Sebaliknya harus dijelaskan keberadaan nama tersebut.

Nantinya brosur tersebut akan dipajang (*display*) di kantor agen wisata agar dapat diakses oleh calon wisatawan. Wisatawan domestik akan membaca versi bahasa Indonesia, sedangkan wisatawan asing (manca negara) akan membaca versi bahasa Inggris. Dalam brosur hanya terdapat deskripsi poin-poin tempat kunjungan beserta jenis kegiatan yang dapat dilakukan oleh para wisatawan beserta keuntungan-keuntungan yang dapat diperoleh dengan mengambil *event-event* tertentu. Harga paket wisata tidak dicantumkan. Oleh karena itu calon wisatawan harus menghubungi Sekretariat Desa Menari, terdapat nomer HP yang dapat dihubungi, termasuk email resmi desa menari. Hal ini dilakukan agar pihak agen wisata dapat mengemas kembali menjadi wisata komplit, termasuk biaya transport. Atau calon wisatawan melakukan kunjungan dengan kendaraan pribadi, maka perlu menanyakan harga paket khusus tempat wisata, tanpa biaya transport.



Gambar 2. Persiapan Tari Selamat Datang

Sebuah penampilan Tari Selamat Datang selalu dipersiapkan untuk menyambut kedatangan tamu. Dengan demikian setiap paket wisata didahului dengan Tari Selamat Datang, (*Welcoming Dance*). Tari yang ditampilkan selalu berbeda-beda dari satu paket ke paket yang lain. Para pemain sangat kreatif dalam menciptakan tari-tarian untuk menyambut para wisatawan. Menurut Kang Trino, dulu pernah ada semacam kegiatan training menari dari kelompok PKM. Dengan berbekal dasar-dasar menari, penduduk setempat yang sesungguhnya mempunyai bakat menari secara turun temurun itu dapat mengembangkan sendiri kreativitas dalam menciptakan tarian-tarian baru dengan modifikasi tertentu sehingga terkesan tarian tetap mempertahankan gaya tradisionalnya.

Produk Wisata Umum

Desa menari telah berhasil mengemas produk wisata menjadi 6 jenis paket wisata yang masing-masing memiliki perbedaan dan keunggulan. Hal tersebut karena masing-masing paket dijual dengan harga yang berbeda sesuai dengan layanan yang tersedia. Pada dasarnya layanan berbasis edukasi dan *entertainment* dengan mengedepankan nilai-nilai lintas budaya baik budaya lokal (sub-culture) maupun budaya lintas negara (*cross-cultural spectrum*).

Berikut ini akan dijelaskan paket umum yang tersedia di obyek wisata Desa Menari, kemudian diikuti dengan deskripsi paket masing-masing.

Umum

Sebagai tujuan wisata yang layak dikunjungi, Desa Menari memiliki paket-paket wisata antara lain sbb:

1. Pembelajaran plus *Dolanan nDesa*
2. Kelana Desa
3. *Dolanan nDeso* plus
4. *Homestay* 1 malam: *Fun* Edukasi
5. *Homestay* 1 malam: *Fun plus* Edukasi
6. *Homestay* 2 malam: Edutainment Plus.

It is a must-visit place of interest with **Art Performance** in each of regular tour packages below:

1. Learning Plus Rural Games
2. Learning Adventures
3. Rural Game Plus
4. A One-Night Homestay: Educational Fun
5. A One-Night Homestay: Education Plus Fun
6. A two-Night Homestay: Edutainment Plus

Khusus

Deskripsi per Produk Wisata

Pembelajaran plus *Dolanan nDesa*

Pengunjung akan merasakan pengalaman terlibat langsung dalam proses pembuatan sabun susu termasuk ikut dalam proses pemerahan susunya, kemudian belajar menabuh gamelan dan memainkan 4 jenis dolanan ndesa. Untuk lebih menyempurnakan pengalaman berbaaur dengan warga desa, minuman dan jajanan tradisional siap tersaji.

Learning plus Rural Games

In this package, participants shall experience hours of enjoyment, making milky soap, milking cattle, learning to play gamelan music, playing 4 rural games. Meanwhile, welcome drink, rural snack and lunch are served with complement.

Di sini jelas terdapat wisata pembelajaran. Pengunjung (wisatawan) di ajak langsung terlibat dalam proses pembuatan salah satu industry rumah tangga (sabun susu). Untuk tidak merasa jenuh dalam mempelajari industry kecil, para wisatawan diajak untuk terlibat dalam permainan yang sangat menarik

Kelana Desa

Bersama warga setempat, pengunjung terjun langsung untuk bercocok tanam, beternak sapi, dilanjutkan dengan pembuatan 2 jenis makanan berbahan baku susu dan pembuatan *greenish*. Sebagai hidangan, minuman dan jajanan tradisional serta makan siang siap tersaji.

Learning Adventures

Under guidance of the local people, participants learn how to farm, to raise cattle apart from making 2 products (of milk), and making *greenish*. Served with complement are welcome drink, rural snack, and lunch.

Kelana Desa sangat digemari para wisatawan sebab mereka diperbolehkan terjun langsung untuk bercocok tanam dan berternak sapi. Di samping itu juga terdapat pelatihan intensif membuat beberapa jenis jajanan pasar. Bagi yang berjiwa wira usaha, hal ini akan lebih menarik jika di kemudian dapat dipraktekkan di tempat asal pengunjung.

Dolanan nDeso plus

Di sini, pengunjung akan merasakan pengalaman tak terlupakan yaitu dengan memainkan permainan tradisional yang sudah jarang dijumpai seperti *gejok lesung*, disamping permainan alam seperti *water game*, *bridging rope* dan *flying fox*.

Rural Games Plus

This especially-designed package offers four rural games, such as *Gejog lesung*, Water Game, Bridging rope, and Flying Fox. Welcome drink is available in rest moments.

Game yang dimainkan bersifat tradisional dan barangkali sudah hampir punah. Layanan wisata semacam ini sangat membanggakan. Banyak pengunjung tercatat sangat tinggi dan antusias mengikuti kegiatan game ini sebagai ajang reuni antar teman sebagai sarana keakraban. Game ini sering dipakai sebagai bagian dari pelatihan manajemen, dalam hal *fair competition*.

Homestay 1 malam: Fun Edukasi

Paket ini dirancang untuk memberikan pengalaman tinggal bersama warga setempat; belajar cara hidup warga dengan segala tantangan dan harapan mereka yang tercermmin dalam cara berfikir dan bertindak. Pengunjung tinggal di rumah warga, memainkan permainan tradisional (termasuk *bridging rope* dan *flying fox*) dan membuat produk kerajinan. Minuman, jajanan (1 kali) dan makan (3 kali) siap tersaji.

A One-Night Homestay: Educational Fun

It refers to a package designed to provide participants with the lives of the local people. Living with all types of challenging and hopes is integrated in the participants' ways of thinking and behaving. Participants have to staying at home (of local people), playing rural games, learning how local people make a living, and making one creative product. Included in this adventurous experience are using a bridging rope, and flying fox. Welcome drink, one-time Snack, and three-time meals are served with complement.

Program *Homestay* sangat disukai terutama wasatawan manca negara karena pengalaman yang didapat benar-benar murni tanpa rekayasa. Mereka hidup bersama dengan penduduk setempat, belajar kehidupan di desa. Program *Homestay* sangat bagus untuk mendukung pelatihan manajemen dari unsur survival.

Homestay 1 malam: Fun plus Edukasi

Paket ini juga menawarkan pengalaman tinggal bersama warga dengan cara hidup, permainan tradisional dan produk kerajinan mereka, namun kali ini berupa 3 jenis produk. Disamping itu, pengunjung bisa belajar menabuh gamelan, berpetualang menyusuri lereng Gunung Telomoyo dengan pemandangan air terjunnya yang indah, sensasi menyeberang melalui *bridging rope* dan menguji keberanian dengan *flying fox*. Minuman dan jajanan sembari ber-api unggun serta makan (3 kali) siap tersaji.

A One-Night Homestay: Education plus Fun

Another homestay package with one day full of enjoyment; participants will be staying at home (of local people), playing rural games, learning how local people make a living, making 3 creative products, and Learning to play gamelan music. Telomoyo slope adventure is another unforgettable experience, enjoying the scenic view of waterfall, crossing with a bridging rope, and enjoying flying fox. Served with complement are welcome drink, one-time Snack in bonfire, and three-time meals.

Belajar menabuh gamelan ditawarkan dalam program ini di samping kegiatan petualangan menelusuri lembah penguungan Telomoyo yang merupakan pengalaman tak terlupakan dengan pemandangan yang indah berupa air terjun. Kegiatan semacam ini sangat baik bagi pengunjung yang mendambakan kehidupan yang damai, keluar dari hiruk pikuk perkotaan. Beberapa artis tercatat melakukan meditasi di lokasi ini untuk mencari inspirasi karya-karya seni mereka.

Homestay 2 malam: Edutainment Plus.

Paket ini serupa dengan paket *homestay* plus edukasi. Hanya saja paket ini dikemas dalam dua hari sehingga memungkinkan untuk melakukan kegiatan tambahan berupa hiking di Gunung Gajah. Minuman, jajanan (3 kali) dan makanan (6 kali) atau selama 2 hari siap tersaji.

A Two-Night Homestay: Edutainment Plus

Still another adventurous homestay with special flavors of enjoyment, this package provides participants with unforgettable experiences, such as staying at home (of local people), playing rural games, Learning how local people make a living, making 3 creative products, and learning to play gamelan music. Also available in this package are Telomoyo slope adventure, hiking to Gajah mountain, Waterfall, Bridging rope, Flying fox with welcome drink, three-time Snack in Bonfire and six-time meals .



Gambar 3. Kegiatan Melewati Jembatan Tali

Gambar 3 di atas menunjukkan salah satu kegiatan wisatawan, yakni melewati jembatan tali. Kegiatan ini biasanya dilakukan sebagai bagian pelatihan manajemen untuk melatih gigihnya perjuangan mencapai tujuan.

Secara garis besar semua ikon wisata yang terdapat di Desa Menari sudah tertata rapih dan sistematis. Semua di bawah manajemen satu atap yang bernama Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Ki Tanuwijaya, pimpinan Bapak Trisno atau yang lebih dikenal dengan panggilan Kang Trisno.

Menurut cerita Kang Trisno, (Alumnus Psikologi UMS) sebagai tokoh masyarakat yang mengobarkan semangat mengelola paket-paket wisata di Desa Ngrawan, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, mana Desa Menari sebagai tujuan wisata tidak serta merta datang begitu saja, namun melalui proses branding yang cukup panjang. Semula nama tujuan wisata tersebut adalah Desa Wisata Tanon, karena pada kenyataannya terletak di dukuh Tanon.

Nama Desa Wisata Tanon ternyata tidak menjual, dalam arti kurang menggigit sebagai nama sebuah obyek wisata, lagi pula ada nama kecamatan Tanon di Sragen yang justru lebih populer. Kemudian Desa Wisata Tanon berganti nama menjadi Desa Menari dan berkat perjuangan seorang activist pariwisata (Bang Yos) branding nama Desa Menari berhasil menjadi ikon wisatawan ternama di Jawa Tengah, khususnya untuk daerah Kabupaten Semarang. Kata menari sendiri, seperti telah disebutkan di atas, memiliki dua makna, yakni makna denotative, yaitu bahwa penduduk setempat memiliki bakat ketrampilan menari secara turun temurun sedangkan yang ke dua makna akronim. Menari merupakan akroni dari **Menebar Harmoni Merajut Inspirasi Menuai Memori**.



Gambar 4. Diskusi Penyelarasan Redaksi Akhir Brosur Dwibahasa

Di era digital seperti sekarang ini persaingan sangat ketat. Hal ini menimbulkan tekanan psikologis tersendiri bagi para pelaku ekonomi maupun penyedia layanan hampir di semua lini bisnis. Sehingga keberadaan obyek wisata sebagai salah satu jalan keluar untuk menuntaskan problematika kehidupan sudah tepat. Seorang yang pada sehari-hari beraktivitas di kantor dan dalam ruangan ber-Ac, maka perlu baginya untuk sekedar refreshing, menata ulang pikiran yang penat hingga dapat bekerja dengan baik. Di sinilah letak makna akronim '**Menebar Harmoni**' yang bertujuan melakukan sinkronisasi psikologis.

Dengan keadaan psikologis yang sudah sinkron, maka seorang individu bisa **merajut inspirasi**, sehingga dapat lebih berkreaitivitas dalam bekerja. Semua itu akibat tidak langsung dari kegiatan berwisata dan **menui memori**. Diharapkan siapa saja, setelah pulang dari berwisata di Desa Menari akan mampu menebar harmoni, erajut inspirasi dan menuai memori.

Oleh karena itu, keberadaan brosur dwibahasa dirasa sangat mendukung pengembangan Desa Menari sebagai obyek wisata edukasi dan *entertainment*. Selama ini banyak *outbound event* bagi eksekutif dalam rangka pelatihan managerial untuk promosi jabatan yang lebih tinggi. Brosur dwibahasa memberikan informasi pra-kunjungan sehingga calon pengunjung dapat merencanakan lebih jauh paket wisata yang akan diambil.

Indikator keberhasilan sebuah obyek wisata adalah bahwa pengunjung akan datang kembali untuk yang kesekian kalinya dengan mengambil paket wisata yang lain atau mengulangi paket wisata yang sama dengan membawa serta teman-teman yang lain. Menurut catatan Kang Trisno hal ini sudah terjadi di obyek wisata Desa Menari yang dikelolanya.

Pada saat-saat tertentu, terutama pada waktu liburan panjang, banyak rombongan wisatawan yang datang berkunjung dengan memilih salah satu paket wisata. Adapun kelompok-kelompok tersebut terbagi atas anak usia sekolah, mahasiswa dan perkantoran. Terdapat juga yang datang atas nama pribadi, keluarga namun tidak di bawah organisasi tertentu. Pasangan-

pasangan remajapun turut meramaikan obyek wisata tersebut dengan mengambil kesempatan berbincang-bincang merajut dan merancang masa depan mereka.



Gambar 5. Serah-terima Brosur Dwibahasa

Di saat-saat yang lain mereka yang merasa puas dengan pelayanan wisata Desa Menari akan kembali berkunjung dan membawa rekan-rekannya yang baru. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Desa Menari telah berhasil mengembangkan dan meningkatkan pelayanan wisata dari waktu ke waktu, dengan selalu memperhatikan produk wisata yang ramah lingkungan sesuai dengan anjuran pemerintah.

SIMPULAN

Obyek wisata di Indonesia sudah mengalami perkembangan yang relatif luar biasa dari masa ke masa. Dahulu obyek wisata selalu identik dengan citra negatif. Namun usaha pemerintah untuk memperbaiki citra pariwisata terus menerus dilakukan dengan banyak sosialisasi obyek wisata. Adanya paket-paket wisata yang bekerja sama dengan perusahaan angkutan darat (Bus), menjadikan proyek wisata menjadi lebih profesional dan terorganisir sehingga lambat laun citra negative dapat dihilangkan. Kini yang terjadi adalah obyek wisata dengan citra “wisata pembelajaran” atau “*Study Tour*”

Untuk lebih mengenalkan obyek wisata semacam Desa Menari yang terletak di Dukuh Tanon, Desa Ngrawan, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah diperlukan usaha-usaha yang ekstra keras dari berbagai perspektif. Dengan demikian pengadaan brosur dwibahasa merupakan salah satu usaha untuk mengenalkan obyek wisata bagi calon wisatawan baik domestic maupun manca negara.

Sebetulnya masih banyak yang harus dilakukan oleh penduduk setempat menyangkut kelestarian obyek wisata, yang meliputi:

1. Lingkungan hidup harus tetap dijaga terutama kebersihan (sanitasi).
2. Pelaku bisnis hendaknya bisa segera melakukan registrasi perusahaannya agar usahanya dapat lebih berkembang.
3. Pembinaan Pokdarwis (kelompok sadar wisata) terutama di bidang kemampuan bahasa asing (Inggris, Korea, Jepang, Mandarin) agar bisa melayani lebih banyak

pengunjung dari manca negara, di samping pengetahuan lintas budaya agar tidak terjadi cultural shock saat melayani tamu.

Saran-saran di atas tentunya dapat membuka bidang garapan baru PKM bagi perguruan tinggi yang berminat. Seperti kita ketahui bersama, Perguruan Tinggi (PT) memiliki peranan penting dalam mengembangkan daerah pedesaan

DAFTAR PUSTAKA

- Afdal, T. (2016). Strategi penyuntingan akhir teks pariwisata terjemahan Google. MEDAN: Universitas Sumatera Utara. Retrieved from <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/19412>
- Aji, F. (2019). KONSTRUKSI POLA VISUAL DALAM PEMBANGUNAN IMPRESI KOMEDI MELALUI TEKNIK EDITING SINETRON PREMAN PENSIUN 3 (Studi Kasus: Episode 7, 9, 11 dan 18). *LAYAR*, 4(2), 121–140. Retrieved from https://library.unej.ac.id/index.php?p=show_detail&id=192291
- Aziz, M. (2019). Perilaku Sosial Anak Remaja Korban Broken Home dalam Berbagai Perspektif (Suatu Penelitian di SMPN 18 Kota Banda Aceh). *Jurnal Al-Ijtima'iyah*, 1(1), 30–50. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22373/al-ijtima'iyah.v1i1.252>
- Guntar, E. L. (2019). Campur Kode dan Alih Kode Tim Pewawancara dengan Peserta Wawancara Beasiswa “PIB Berbagi” Tahun Akademik 2018-2019 di Politeknik Internasional Bali. *JP-BSI (Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 4(1), 29–38. Retrieved from https://repository.usd.ac.id/33709/1/Jurnal_JP_BSI.pdf#page=34
- Hidayat, R., KRISTYANTO, A., & Riyadi, S. (2019). MANAJEMEN PEMBINAAN CLUB BULUTANGKIS KABUPATEN BOYOLALI TAHUN 2019. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL FKIP UTP SURAKARTA* (Vol. 39, pp. 1–4). Surakarta: Universitas Tunas Pembangunan Surakarta. Retrieved from <http://ejournal.utp.ac.id/index.php/PROPKO/article/view/886/520520760>
- Jamaludin, R. S., Purwanti, A., & Wijaningsih, D. (2017). OPTIMALISASI ORGANISASI KEMASYARAKATAN DALAM MENANGGULANGI KEMISKINAN (STUDI DI DUSUN TANON DESA NGRAWAN KECAMATAN GETASAN KABUPATEN SEMARANG). *Diponegoro Law Journal*, 6(1), 1–17. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/view/15670>
- Lismarwan, N. G., & Nashori, F. (2019). Proses Kreatif Pelukis Kaligrafi Islam: Sebuah Penelitian Kualitatif. *Proyeksi: Jurnal Psikologi*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30659/p.5.1.1-16>
- Pane, A. F., & Aditya, D. K. (2019). Perancangan Media Informasi Tentang Kerajaan Batak Toba. In *eProceedings of Art & Design* (Vol. 6, pp. 175–192). Bandung: Universitas Telkom. Retrieved from <https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/view/8951/8816>

Sakban, S., Nurmal, I., & Ridwan, R. Bin. (2019). Manajemen sumber daya manusia. *Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT)*, 2(1), 93–104.

<https://doi.org/https://doi.org/10.31539/alignment.v2i1.721>

SENAT, J. P. P. D. A. N., MALAYSIA, K. P., & USAHAWAN, J. (2019). *BUKU PANDUAN PENTAKSIRAN*. Selangor: INSTITUT PENDIDIKAN GURU MALAYSIA. Retrieved from [http://ipgkpt.edu.my/Buku_Panduan_Pentaksiran_Edisi_Jun_2019 %281%29.pdf](http://ipgkpt.edu.my/Buku_Panduan_Pentaksiran_Edisi_Jun_2019%281%29.pdf)

Sualang, F. Y. (2019). Prinsip-prinsip Hermeneutika Genre Hikmat Dalam Kitab Amsal: Suatu Pedoman Eksegesis, 1–19. Retrieved from <https://osf.io/preprints/inarxiv/xmk6h/>

Suryaningtyas, V. W., Nugroho, R. A., Cahyono, S. P., Nababan, M. R., & Santosa, R. (2019). EVALUASI APRAISAL TEKS DAN SEMIOTIKA VISUAL PADA BROSUR PROMOSI DAERAH TUJUAN WISATA BILINGUAL. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 5(2), 187–209. Retrieved from <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa/article/view/2571>

Susilo, Y. S., & Soeroso, A. (2014). Strategi pelestarian kebudayaan lokal dalam menghadapi globalisasi pariwisata: Kasus Kota Yogyakarta. *Jurnal Penelitian BAPPEDA Kota Yogyakarta*, 4, 3–11. Retrieved from https://scholar.google.co.id/citations?user=KRD4yaUAAAAJ&hl=en#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Den%26user%3DKRD4yaUAAAAJ%26citation_for_view%3DKRD4yaUAAAAJ%3AUeHWp8X0CEIC%26tzom%3D-420

Syarif, M. I., Paranti, L., & Putra, B. H. (2019). Conservation of Folk Dance in the Era of Cultural Tourism. In *2nd International Conference on Arts and Culture (ICONARC 2018)* (pp. 65–69). Semarang: Atlantis Press. Retrieved from <https://www.atlantispress.com/proceedings/iconarc-18/125911163>

Wicaksono, K. A., & Triyono, A. (2017). Partisipasi Masyarakat Dalam Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengembangan Desa Wisata (Dewi) Menari Dusun Tanon Desa Ngrawan Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/54710/>

Wisnu, A. (2019). ANALISIS STRUKTUR DAN GAYA SELINGKUNG JURNAL (JURNAL OKARA, LINGUA, GRAMATIKA, KATA DAN METALINGUA), 1–26. <https://doi.org/10.31227/osf.io/uswv>