

BANK BPD DIY RAIH PENGHARGAAN

Dukung SDGs dan Pengentasan Kemiskinan



KR-Juvintarto

Direktur Umum Bank BPD DIY Hudan Mulyawan menerima penghargaan yang diserahkan Wakil Gubernur DIY Paku Alam X.

YOGYA (KR) - Membuktikan peran signifikan dalam mendukung pencapaian pembangunan berkelanjutan atau Sustainable Development Goal's (SDGs) di DIY, Bank BPD DIY meraih penghargaan lintas sektor sebagai perusahaan yang memberikan dukungan dalam pencapaian tujuan pembangunan berkelan-

Pembangunan Berkelanjutan (TPB/SDGs) DIY yang digelar Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) DIY, Kamis (16/11), di Hotel Grand Rohan Yogya.

Bank BPD DIY meraih penghargaan bersama PT Tarumartani dan PT Angkasa Pura. "Terima kasih, Bank BPD DIY sebagai salah satu agen pembangunan di DIY akan terus meningkatkan perekonomian masyarakat DIY sehingga dapat menanggulangi kemiskinan yang ada di DIY," kata Hudan.

Wakil Gubernur DIY Paku Alam X mengatakan, Pemda DIY berupaya menanggulangi kemiskinan dengan melibatkan lima sektor atau 5K, yakni Kraton/Kaprajan, Kampung, Komunitas, Kampus dan Korporasi. (Vin)-d

Indonesia

Sambungan hal 1

laga dan Timnas U-17 Korsel dengan 0 poin hasil dua pertandingan.

Dalam laga kemarin, baik Timnas U-17 Indonesia dan Timnas U-17 Maroko langsung bermain terbuka karena sama-sama mengejar kemenangan. Namun, keberuntungan didapat Timnas U-17 Maroko setelah di menit ke-29 mampu mencetak gol melalui eksekusi penalti dari Anas Alaoui. Bahkan 10 menit berselang, Abdelhamid Ait Boudlal sukses menambah keunggulan Timnas U-17 Maroko jadi 2-0.

Tertinggal dua gol, Timnas U-17 Indonesia mampu menipiskan keteringgalan lewat tendangan bebas Nabil Asyura di menit 42. Di babak kedua, Timnas U-17 Indonesia yang mencoba mengejar keteringgalan justru kembali kecolongan lewat gol Mohammed Hamony di menit ke-

64. Meski di sisa waktu pertandingan Timnas U-17 Indonesia mencoba menekan, namun tak ada gol tambahan tercipta dan skor 3-1 untuk Timnas U-17 Maroko bertahan hingga laga usai.

Pada laga Grup A lainnya di Stadion Manahan Solo, Timnas U-17 Ekuador hanya mampu bermainimbang 1-1 dengan Timnas U-17 Panama. Dengan hasil laga terakhir di Grup A ini, Timnas U-17 Maroko berhak menjadi juara grup dengan mengemas 6 poin hasil 3 kemenangan dan sekali kalah. Peringkat kedua Timnas U-17 Ekuador dengan 5 poin hasil sekali menang dan dua kaliimbang. Disusul Timnas U-17 Indonesia di posisi ketiga dengan 2 poin hasil dua kaliimbang dan sekali kalah. Dan peringkat keempat Timnas U-17 Panama juga dengan nilai 2 hasil dua kaliimbang dan sekali kalah. (Hit)-d

2 Pesawat

Sambungan hal 1

Kadispenau menyatakan, tiga orang meninggal dunia dalam kecelakaan dua pesawat tempur taktis EMB-314 Super Tucano TNI AU ini. "Korban yang sudah ditemukan tiga jenazah, satu lainnya dalam pencarian," kata Agung.

Agung menjelaskan, tiga jenazah yang telah ditemukan tersebut adalah Kolonel Pnb Subhan, Kolonel Adm Widiono Hadwijaya, dan Mayor Pnb Yuda A Seta. Sedangkan Letkol Pnb Sandhra masih dalam pencarian. Dua jenazah almarhum atas nama Subhan dan Yuda A Seta sudah dievakuasi ke Lanud Abdulrachman Saleh

Malang.

Jenazah korban kecelakaan pesawat tempur tersebut akan diperiksa terlebih dahulu. TNI AU juga dibantu Tim Disaster Victim Identification (DVI) Poli.

Menurut Kadispenau, lokasi kecelakaan dua pesawat dengan nomor ekor TT-3111 dan TT-3103 berada pada dua tempat yang berbeda. Namun titik lokasi kecelakaan tersebut keduanya berada di sebelah Utara wilayah pegunungan. (Ant/San)-d

Menanti

Sambungan hal 1

diarahkan untuk menetapkan nominal upah minimum 2024 yang sesuai dengan keinginan pemerintah?

Terkait pengaturan mengenai upah minimum di PP Pengupahan baru tersebut, terdapat beberapa hal yang menarik untuk diperhatikan lebih lanjut. *Pertama*, terdapat pasal yang menegaskan bahwa pekerja dengan masa kerja kurang dari 1 tahun namun memiliki kualifikasi tertentu sesuai dengan persyaratan jabatan yang ditetapkan pengusaha, maka dapat dibayar dengan upah di atas upah minimum. Sebelumnya, pengaturan hanya menyebutkan bahwa upah minimum diberikan kepada pekerja dengan masa kerja kurang dari 1 tahun. Pengecualian dalam aturan baru upah minimum ini dapat membawa penegasan positif bagi pekerja, bahwa bila masa kerja kurang dari 1 tahun tidak akan selalu dibayar dengan upah minimum.

Kedua, terdapat perubahan formula dalam penghitungan upah minimum. *Pasca-Perppu Cipta Kerja*, terdapat penambahan indikator berupa *indeks tertentu* dalam formula upah minimum. Dalam Perppu tersebut belum terdapat penjelasan mengenai apa yang dimaksud sebagai indeks tertentu tersebut. Pada PP Pengupahan baru, indeks tertentu dijabarkan sebagai tingkat kontribusi tenaga kerja terhadap pertumbuhan ekonomi daerah tersebut. Indeks tertentu ini dalam formula dilambangkan dengan "?". Meski demikian, tidak ada uraian lebih lanjut mengenai apa yang sebenarnya dimaksud pemerintah sebagai kontribusi tenaga kerja terhadap pertumbuhan ekonomi.

Ketiga, formula yang ada dalam PP Pengupahan tersebut digunakan oleh Dewan Pengupahan untuk menghitung dan memberikan rekomendasi pada Gubernur terkait nominal upah minimum yang harus ditetapkan. Apabila nominal yang direkomendasikan Dewan Pengupahan tidak sesuai dengan formula yang ada, Gubernur tetap wajib menetapkan upah minimum sesuai dengan formula dalam PP Pengupahan tersebut. Pengaturan ini menarik karena menyiratkan tidak mungkin terdapat nominal upah minimum yang ditetapkan di luar dari formula penghitungan yang sudah ada.

Bagaimana jika kemudian terdapat keinginan menetapkan nominal yang lebih tinggi dari hasil penghitungan formula? Jika melihat dari ketentuan ini, maka tidak bisa. Selain itu, apakah ketentuan ini diarahkan untuk menghindari adanya gugatan terhadap penetapan upah minimum? Setiap tahunnya, SK Gubernur mengenai penetapan upah minimum di berbagai daerah selalu menjadi objek gugatan PTUN. Dengan adanya pengaturan yang demikian, seolah memberikan penegasan bahwa nominal upah minimum yang ditetapkan

akan selalu mengacu pada hasil penghitungan formula yang disediakan PP Pengupahan tersebut.

Melihat 3 hal di atas, mari kita nantikan bersama dalam beberapa hari ke depan mengenai nominal upah minimum yang ditetapkan. Harapannya, formula yang terdapat dalam PP Pengupahan terbaru dapat memberikan dasar penghitungan yang lebih baik dan mendekati kenyataan kebutuhan hidup layak dari para pekerja. Jika kenyataannya tidak dapat menghadirkan sesuatu yang lebih baik dari sebelumnya, pertanyaan besarnya ialah: mengapa menetapkan aturan baru, jika isinya tidak membawa perubahan ke arah yang lebih baik?

Bila demikian ini mestinya tidak perlu terburu-buru dalam melakukan perubahan aturan. Kajian yang lebih komprehensif untuk menghadirkan pemenuhan hak yang lebih baik. Sebaliknya dilakukan mengingat upah adalah hak pekerja yang menyangkut aspek penghidupan yang layak bagi dirinya dan keluarganya. (Penulis adalah Dosen Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta)-d



Prakiraan Cuaca

Lokasi	Pagi	Siang	Malam	Dimi Hari	Suhu C	Kelembaban
Bantul					22-30	65-95
Sleman					22-29	65-95
Wates					22-29	65-95
Wonosari					22-30	65-95
Yogyakarta					22-30	65-95

DPRD KOTA YOGYAKARTA
SUARA WAKIL RAKYAT
JL. IPDA TUT HARSONO 43 YOGYAKARTA TELP. (0274) 540650

OPTIMALISASI INTERVENSI SENSITIF DAN SPESIFIK

Dukungan Penuh Penuntasan Kasus Stunting

YOGYA (KR) - Upaya Pemkot Yogya untuk menuntaskan kasus stunting pada tahun 2024 mendapat dukungan penuh dari kalangan dewan. Terutama Komisi D yang membidangi urusan kesehatan maupun kesejahteraan masyarakat.

Anggota Fraksi PDI Perjuangan yang juga Ketua Komisi D DPRD Kota Yogya Suryani, menjelaskan pihaknya memberikan dukungan pada persoalan tersebut karena sudah menjadi program nasional. Penuntasan kasus stunting juga berkaitan dengan penyediaan sumber daya manusia yang unggul di masa depan. "Dalam setiap rapat kerja dengan Pemkot, selalu kami tanyakan program untuk menangani stunting. Karena itu bukan hanya urusan Dinas Kesehatan saja tetapi OPD lain juga punya tanggung jawab," tandasnya.

Terdapat dua intervensi dalam penanganan kasus stunting yakni sensitif dan spesifik. Intervensi sensitif berkaitan dengan kesehatan serta asupan gizi sehingga leading sektornya berada di Dinas Kesehatan. Sedangkan intervensi sensitif berkaitan dengan aspek lain yang dijalankan oleh OPD selain Dinas Kesehatan, seperti menyangkut pembinaan keluarga, penyediaan infrastruktur sanitasi dan lainnya. Kedua intervensi itu harus dioptimalisasi sehingga butuh sinergitas program di antara OPD terkait.

Suryani menjelaskan antisipasi agar bayi yang lahir tidak



Suryani
Fraksi PDI Perjuangan

KR-Istimewa

mengalami stunting jauh lebih efektif dibanding menangani kasus yang sudah ada. Oleh karena itu aspek pencegahan turut menjadi prioritas agar penanggulangan dari hulu ke hilir dapat dicapai. "Misal remaja putri di sekolah sudah rutin diberikan obat penambah darah. Supaya kelak mereka tidak mengalami anemia. Kemudian remaja itu kelak akan menjadi calon pengantin yang dilakukan skrining oleh puskesmas. Setelah menikah juga akan menjadi ibu hamil, dan asupan gizi harus seimbang serta periksa kehamilan minimal enam kali di puskesmas atau layanan kesehatan," paparnya.

Melalui pendekatan tersebut maka bayi yang akan dilahirkan tercegar dari stunting. Dengan begitu fase 1.000 hari kehidupan setelah kelahiran akan jauh lebih efektif dibanding bayi lahir yang didiagnosa stunting. Oleh karena itu untuk mengoptimalkan intervensi sensitif dan spesifik, telah

terbentuk tim percepatan. Bahkan tim percepatan itu juga diperkuat dengan akselerasi untuk penanganan di wilayah.

"Tiap posyandu di wilayah saat ini sudah memiliki antropometri kit. Harapan kami semua balita juga datang ke posyandu supaya perkembangannya bisa dipantau dan ketika ada potensi stunting bisa langsung diantisipasi. Kami akan serius mendukung program zero stunting pada tahun 2024 yang ditargetkan Pemkot," katanya. (Dhi)-d

SEPULUH DESA BUDAYA TAMPIL PADA PENUTUPAN SELASA WAGEN DI MONUMEN SO 1 MARET



KR - Istimewa

Penampilan salah satu tim peserta pada Gelaran Pentas Seni Desa Budaya Selasa Wagen Tahun 2023.

YOGYA (KR) - Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) DIY menutup Gelaran Pentas Seni Desa Budaya Selasa Wagen Tahun 2023, Selasa (14/11) yang dilaksanakan di Panggung Monumen Serangan Umum 1 Maret Museum Benteng Vredenburg Yogyakarta. Kepala Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) DIY Dian Lakshmi Pratiwi dalam sambutannya mengatakan, secara keseluruhan sebanyak 76 desa budaya tampil dalam pentas seni desa budaya Selasa Wagen. Sementara sepuluh desa budaya tampil dalam gelaran pentas terakhir di tahun 2023.

"Pentas desa budaya Selasa Wagen yang istimewa kali ini mengambil tema trengginas. Terima kasih kepada semua pihak sepanjang tahun ini kita sudah bisa mempresentasikan bersama hasil kerja pembinaan Pelestarian desa budaya. Kami haturkan terimakasih pula kepada tim pendamping, tim Monev yang selalu setia dan penuh dedikasi mendampingi teman-teman pengurus pengelola Desa budaya" kata Dian.

Dalam acara tersebut Kepala Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) DIY didampingi Y. Eni Lestari Kabid Pemeliharaan dan Pengembangan Adat, Tradisi, Lembaga Budaya dan Seni, Endang Widuri selaku Kasi Lembaga Budaya dan Tim Monev melepas burung sebagai tanda bahwa Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) DIY akan selalu mengayomi seluruh masyarakat DIY dengan pelestarian kesenian dan kebudayaan. Kegiatan tersebut sekaligus sebagai acara penutup pentas seni desa budaya tahun 2023.

Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) DIY sebagai ujung tombak pelestarian dan pengembangan budaya di DIY turut mendukung kegiatan

tersebut dengan menghadirkan Pentas Seni Desa Budaya yang menampilkan 76 desa budaya di DIY di setiap gelaran Selasa Wagen. Sepuluh desa budaya yang tampil dalam acara tersebut antara lain Kelurahan Gedongkiwo Kota Yogyakarta menampilkan Mataram Music Creative dengan atraksi musik dan gerakan tari sekaligus fashionshow produk UMKM yang ada di Gedongkiwo. Menyusul penampilan lain yakni dari Desa Sendangari Kulon Progo dengan kesenian Panjidor, Desa Girisekar Gunungkidul dengan Sendratari Luberung Goa Sirung, dan Desa Triwidadi Bantul dengan kesenian Rampak Kentong.

Pentas seni desa budaya dilanjutkan dengan penampilan atraksi jatilan Solah Bala Turonggo dari Desa Pagerharjo Kulon Progo, sendratari Adikarto dari Desa Brosot Kulon Progo yang menggambarkan tentang sejarah nama daerah di Brosot, Campursari Argo Wilis yang menghibur penonton dengan lagunya Jogja Istimewa dan desa budaya dari Desa Petir Gunungkidul, jatilan Turonggo Wulung dari Desa Sumberrejo Sleman, Ketoprak Lesung Damarulan Winisuda dari Desa Parangtritis Bantul dan Sendratari Segoro Marto dari Kelurahan Kricak Kota Yogyakarta yang menggambarkan semangat Golong Royong Agawe Majune Ngayogyakarta, ketigabelas penari melambangkan jumlah 13 RW di Kricak yang bertekad saling bekerjasama bahu membahu bergotong royong menguatkan bersama.

Adanya pentas seni desa budaya juga memberikan kontribusi untuk mengangkat potensi UMKM kearifan lokal. Dalam acara tersebut terdapat pameran UMKM seperti minuman tradisional, kuliner, fashion, craft dan lainnya. (*)

Anggun Anindya Sekarningrum, S.I.Kom, M.I.Kom
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta

PERKEMBANGAN industri pariwisata di dunia terutama di Indonesia sangat pesat dan menjadi salah satu faktor pendukung utama bagi perekonomian bagi kebanyakan orang. Pariwisata menduduki posisi strategis dalam meningkatkan pemasukan devisa negara. Pengembangan daerah pariwisata menjadi salah satu pengembangan masyarakat lokal dan pembangunan fasilitas yang mendukungnya. Salah satu faktor keberhasilan

Peran Vital Brand Image Pariwisata dalam Persepsi Generasi Muda

dalam pengembangan suatu destinasi wisata adalah komunikasi.

Destinasi wisata juga dibutuhkan citra positif di mata masyarakat. Yang dikenal dengan citra merek (brand image). Brand image yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia di antara yaitu memiliki masyarakat yang ramah. Hal itu dapat mendukung wisatawan untuk mengunjungi berbagai destinasi pariwisata di Indonesia. Pentingnya brand image yang positif bagi suatu destinasi pariwisata yaitu dengan merek yang kuat dan unik dapat memberikan efek positif terhadap keberlanjutan destinasi wisata tersebut.

Saat ini generasi muda mempunyai kecenderungan eksploratif dan memiliki ketertarikan pada teknologi. Hal ini memiliki peran yang semakin besar dalam industri pariwisata. Bagi mereka, tempat wisata bukan hanya sekadar destinasi untuk dikunjungi, tetapi juga memberikan pengalaman yang akan membentuk kenangan dalam kehidupan mereka. Dalam konteks ini, brand image atau citra merek suatu tempat wisata menjadi krusial dalam memengaruhi persepsi generasi muda terhadap destinasi wisata.

Branding tidak hanya sebatas hanya melakukan kegiatan promosi, tetapi juga dapat dipandang sebagai proses yang berkelanjutan

seperuhnya. Mengintegrasikan semua kegiatan komunikasi pemasaran perlu dilakukan untuk menciptakan karakteristik, membedakan, mengidentifikasi citra positif dan meningkatkan keunggulan yang kompetitif (Kavaratzis 2008). Brand image ini juga banyak dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti besarnya pengaruh media sosial saat ini. Generasi muda banyak menggunakan platform media sosial sebagai sumber utama mencari maupun berbagi informasi. Citra merek sebuah tempat wisata yang ditampilkan melalui foto-foto indah, video yang menarik, serta ulasan dari wisatawan lain dapat memiliki dampak besar dalam menarik perhatian generasi muda menjadi calon wisatawan. Instagram, Tik Tok, dan platform lainnya telah menjadi saluran utama di mana destinasi wisata membangun citra mereka.

Tujuan dari proses branding tidak lain untuk menanamkan kesadaran dan citra positif di benak konsumen yang tentu harus didukung juga dari faktor 3A (aksesibilitas, atraksi dan amenities) yang didapatkan oleh "calon wisatawan/para pengunjung" di lokasi wisata. Generasi muda saat ini banyak yang mencari pengalaman unik yang tak terlupakan. Mereka tertarik pada tempat wisata yang menawarkan hal unik, mulai dari keindahan alamnya yang memesona, atraksi yang inovatif, hingga

kegiatan yang memperkaya pengetahuan. Adanya kepuasan terhadap pengalaman yang diberikan di tempat wisata tersebut dapat menjadikan brand image yang efektif. Adanya image yang positif mampu menyampaikan pesan tentang pengalaman yang menarik untuk dinikmati.

Brand image yang positif bagi suatu destinasi wisata memainkan peran penting dalam membangun kredibilitas. Ulasan positif dari pengunjung sebelumnya, rekomendasi influencer, atau pembaruan terkait fasilitas dan layanan yang memuaskan yang disampaikan melalui media sosial dapat meningkatkan reputasi di kalangan generasi muda. Pergeseran selera wisatawan generasi muda dalam mencari berbagai sumber informasi di era sekarang sangat berimplikasi pula terhadap efektifitas proses branding yang dilakukan oleh destinasi pariwisata. Selain itu, pengelola destinasi wisata juga tetap harus memperhatikan kualitas visual dan daya tarik estetika. Estetika visual suatu tempat wisata menjadi faktor penting yang mempengaruhi minat generasi muda. Tempat wisata yang menawarkan pemandangan menakjubkan, arsitektur yang unik, atau seni visual yang menarik seringkali lebih menarik bagi generasi ini. Bagaimana pengelola wisata dapat

menampilkan visual-visual yang indah untuk dapat menjadi konten bagi wisatawan generasi sekarang.

Untuk meningkatkan brand image diperlukan beberapa tindakan yang harus diperhatikan oleh pengelola wisata. Salah satu tren wisata saat ini yaitu Always in Doubt. Seperti yang diungkapkan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Sandiaga Uno, saat ini adalah era VUCA, yaitu Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity. Dalam era ini konsumen lebih skeptis sehingga mereka benar-benar melihat brand dan public image dari destinasi wisata yang akan mereka datangi. Hal ini juga memperlihatkan bagaimana pengelola bisnis harus dapat mempersiapkan strategi dengan perubahan lingkungan bisnis yang tidak dapat diprediksi.

Perkembangan teknologi informasi saat ini tidak bisa dihindarkan oleh pengelola pariwisata. Adanya perkembangan ini harus dimanfaatkan dengan baik melihat berubahnya persepsi generasi muda saat ini terhadap gaya berwisata saat ini. Pengelola dapat membuat konten-konten yang menginspirasi di media sosial. Menghadirkan konten-konten visual menarik, cerita-cerita yang menggugah emosi, dan interaksi yang aktif di platform media



sosial merupakan strategi efektif dalam membangun brand image yang kuat di mata generasi muda. Melakukan interaksi yang aktif dan responsif di media sosial juga merupakan kunci penting. Menanggapi pertanyaan, memberikan rekomendasi, dan berbagi cerita-cerita menarik dengan pengunjung dapat memperkuat brand image sebuah tempat wisata.

Brand image tempat wisata memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi generasi muda terhadap suatu destinasi. Pemanfaatan media sosial, konten yang menarik, pengalaman yang unik, serta interaksi yang aktif menjadikan tempat wisata dapat menciptakan citra yang menarik bagi generasi muda. Dalam era di mana informasi mudah didapat dan keputusan seringkali dipengaruhi oleh ulasan dan pengalaman orang lain, brand image yang kuat bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga investasi yang strategis bagi tempat-tempat wisata untuk menarik perhatian dan minat generasi muda yang berpengaruh dalam industri pariwisata.