

PERSEPSI MAHASISWA UGM TERKAIT *JOGJA RENAISSANCE* PADA BRANDING “JOGJA ISTIMEWA”

Divia Singi Joyanda
divia.singi@mail.ugm.ac.id

M. Baiquni
baiquni99@gmail.com

Abstract

Branding of “Jogja Istimewa” contains Jogja Renaissance which is the goal and purpose of the development of DIY in nine sectors; education, tourism, technology, economy, health, food, energy, spatial scope, and community protection. DIY’s identity as The City of Education in Indonesia is based on the fact of the numerous universities there are in this city as well as the existence of Universitas Gadjah Mada. The aim of this research is to identify the perception of students in UGM of Jogja Renaissance to “Jogja Istimewa” branding using the concept of livable city, smart city, student city, and tourism destination city; and to see the difference perceptions from students in UGM that are originally from DIY and outside of DIY regarding to the concept of Jogja Renaissance. The research method used in this research are the quantitative descriptive, which is Independent Sample Test and Man Whitney Test The results of the research point out that the education, tourism, and economic sectors are three out of many sectors of Jogja Renaissance that really show the speciality of DIY. The difference of perception between the students originally from DIY and outside of DIY was caused by the different lifestyle between the resident students and foreign students which lived by themselves.

Keyword : *Regional Branding, Jogja Renaissance, Jogja Istimewa, Independent Sample Test, Mann Whitney Test.*

Abstrak

Pada branding “Jogja Istimewa” terkandung *Jogja Renaissance* yang merupakan cita-cita dan arah pembangunan DIY di sembilan bidang, yaitu pendidikan, pariwisata, teknologi, ekonomi, kesehatan, pangan, energi, tata ruang dan lingkungan, dan keterlindungan warga. Identitas DIY sebagai Kota Pendidikan di Indonesia disebabkan karena banyaknya jumlah Perguruan Tinggi dan eksistensi Universitas Gadjah Mada. Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi persepsi mahasiswa UGM terkait *Jogja Renaissance* pada branding “Jogja Istimewa” menggunakan konsep Kota Layak Huni, Kota Pintar, Kota Pelajar, dan Kota Destinasi Pariwisata; dan melihat perbedaan persepsi mahasiswa UGM asal DIY dan luar DIY terkait *Jogja Renaissance*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan uji *independent sample test* dan uji *man whitney test*. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa bidang pendidikan, bidang pariwisata, dan bidang ekonomi merupakan merupakan bidang *Jogja Renaissance* yang paling menunjukkan keistimewaan DIY. Perbedaan persepsi antara mahasiswa asal DIY dan luar DIY disebabkan perbedaan gaya hidup antara resident dan mahasiwa rantau yang hidup sendiri.

Kata Kunci: *Regional Branding, Jogja Renaissance, Jogja Istimewa, Uji Independent Sample Test, Uji Mann Whitney Test*

PENDAHULUAN

D.I. Yogyakarta (DIY) memiliki *tagline* “Jogja Never Ending Asia” sejak tahun 2001. Selama 14 tahun terakhir, *branding* yang telah dibentuk ini tidak terimplementasi baik dikarenakan kurangnya koordinasi antar pemerintah dan proses *branding* yang kurang melibatkan partisipasi masyarakat. Faktor lain yang menyebabkan *branding* tidak terimplementasi dengan baik adalah bencana gempa bumi yang mengguncang DIY pada tahun 2010, dimana sosialisasi *branding* “Jogja Never Ending Asia” intensitasnya semakin berkurang karena dana sosialisasi dialihkan untuk bantuan dan perbaikan akibat gempa bumi (Pratama, 2011). Hal ini berdampak pada *branding* “Jogja Never Ending Asia” yang semakin kurang familiar di masyarakat.

Identitas DIY sebagai Kota Pendidikan karena faktor sejarah sekolah pertama yang didirikan Ki Hajar Dewantara berada di DIY, jumlah perguruan tinggi yang banyak (dengan jumlah 129 Perguruan Tinggi), dan eksistensi Universitas Gadjah Mada yang memiliki putra-putri terbaik dari seluruh Provinsi di Indonesia (Rhamdani, dkk, 2012).

Selain Kota Pendidikan, DIY memiliki identitas sebagai Kota Pariwisata, dan Kota Budaya di Indonesia. Identitas tersebut sudah dikenal dan melekat pada masyarakat pada umumnya sebagai citra (image) DIY. Identitas DIY yang telah berkembang sejak dahulu berhubungan dengan rencana pembangunan DIY yang memiliki visi D.I. Yogyakarta memiliki harapan menyongsong peradaban baru menjadi lebih berkarakter, berbudaya, maju, mandiri, dan sejahtera. Berdasarkan visi DIY tersebut, pada 7 Maret 2015, Pemerintah DIY melakukan *rebranding* dari “Jogja Never Ending Asia” menjadi “Jogja Istimewa”. Cita-cita dan harapan DIY yang tersirat pada *branding* “Jogja Istimewa” terdapat pada *Jogja Renaissance*. *Jogja Renaissance* adalah cita-cita dan arah pembangunan

Yogyakarta yang terdapat pada 9 bidang, yaitu bidang pendidikan, pariwisata, ekonomi, teknologi, pangan, energi, tata ruang dan lingkungan, keterlindungan warga, dan kesehatan (Panitia 11, 2015). 9 bidang *renaissance* dituangkan kedalam konsep Kota Pelajar, Kota Layak Huni, Kota Pintar, dan Kota Destinasi Pariwisata.

Kota Pelajar merupakan Kota yang memiliki populasi Pelajar yang beragam dengan kondisi Kota yang nyaman untuk belajar dan beraktifitas, memiliki biaya hidup yang terjangkau, dan mendukung perkembangan ilmu pengetahuan (QS Staff Writer, 2016). Bidang *renaissance* yang dikaitkan dengan konsep Kota Pelajar adalah bidang pendidikan dan bidang ekonomi.

Kota Pintar merupakan Kota yang mengaplikasikan penggunaan teknologi dalam aktifitas sehari-hari, Kota Pintar didukung oleh sumber daya manusia, teknologi, dan pemerintah yang mendukung perkembangan ICT di Perkotaan (Cohen, 2012). Konsep Kota Pintar dikaitkan dengan bidang energi dan teknologi.

Kota yang menjadi destinasi pariwisata adalah Kota yang memiliki daya tarik pariwisata, dilengkapi dengan akses dan fasilitas yang mendukung perkembangan pariwisata (Spillane, 1994). Konsep Kota Destinasi Pariwisata dikaitkan dengan bidang pariwisata.

Suatu Kota dapat dikatakan layak huni apabila Kota tersebut aman dan memiliki tingkat kejahatan yang rendah; memberi kemudahan akses pada perumahan, pendidikan, pelayanan sosial dan kesehatan; tersedia nya ruang terbuka publik, transportasi umum, dan tempat rekreasi; Kota yang memiliki kebebasan demokrasi dan berpeluang mendapatkan kesempatan kerja; dan memiliki lingkungan alam yang kondusif (Lowe, et al, 2013). Bidang *renaissance* yang dikaitkan dengan konsep Kota Layak Huni adalah bidang ekonomi, keterlindungan

warga, kesehatan, pangan, tata ruang dan lingkungan, dan energi.

Branding yang sukses adalah *branding* yang dikomunikasikan sehingga tujuan *branding* dapat tercapai. Komunikasi *branding* yang baik akan berdampak pada kesadaran (*awareness*) konsumen *branding*. Konsumen *branding* yang menjadi responden penelitian adalah Mahasiswa UGM asal 34 Provinsi di Indonesia. Mahasiswa UGM dibagi menjadi mahasiswa asal DIY dan mahasiswa asal luar DIY. Tujuan responden dipisah berdasarkan asal mahasiswa adalah untuk memperlihatkan perbedaan persepsi antara resident (yang telah lama tinggal di DIY) dengan mahasiswa asal luar DIY, yang dapat membandingkan keistimewaan DIY dengan daerah asal mahasiswa.

Persepsi mahasiswa yang sadar dengan dengan keberadaan *branding* “Jogja Istimewa” dapat memperlihatkan pengalaman dan pengetahuan mahasiswa terkait 9 bidang *renaissance* pada *rebranding* DIY. Perbedaan persepsi mahasiswa yang berasal dari luar DIY dan asli DIY akan memperlihatkan keistimewaan Yogyakarta yang terkandung dalam *Jogja Renaissance* pada *branding* “Jogja Istimewa” menggunakan konsep pengembangan kota. Penelitian ini memiliki tujuan:

1. Untuk mengidentifikasi persepsi mahasiswa UGM terkait *Jogja Renaissance* pada *branding* “Jogja Istimewa”.
2. Untuk mengidentifikasi apakah ada perbedaan persepsi antara mahasiswa asal luar Yogyakarta dengan mahasiswa asal Yogyakarta terkait *Jogja Renaissance*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Alat penelitian yang digunakan adalah kuesioner, *website google form*, dan *software SPSS*. Bahan penelitian menggunakan data primer dari hasil pengumpulan data kuesioner.

Populasi penelitian adalah Mahasiswa UGM asal 34 Provinsi di Indonesia. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan tabel rumus Issac & Michael (dalam Sukandarrumidi dan Haryanto, 2008) dengan jumlah populasi 30.000 dan tingkat kesalahan 5%. Jumlah sampel minimal berdasarkan tabel tersebut adalah 344 responden. Pembagian sampel di bagi berdasarkan asal mahasiswa dari seluruh provinsi di Indonesia. Sampel penelitian yang di batasi pada mahasiswa S1 UGM. Pemilihan sampel mahasiswa S1 UGM karena merupakan populasi terbesar di UGM sehingga peluang untuk mendapatkan mahasiswa asal 34 Provinsi di Indonesia cukup besar, dan mahasiswa S1 adalah mahasiswa yang memiliki masa studi paling lama di UGM (selama lebih kurang 4 tahun), dibandingkan mahasiswa vokasi dan pascasarjana. Berdasarkan data yang di dapat dari Direktorat Pendidikan dan Pengajaran UGM, jumlah mahasiswa S1 yang melakukan heregistrasi periode gasal 2015/2016 hingga 27 April 2016 berjumlah 32586 mahasiwa.

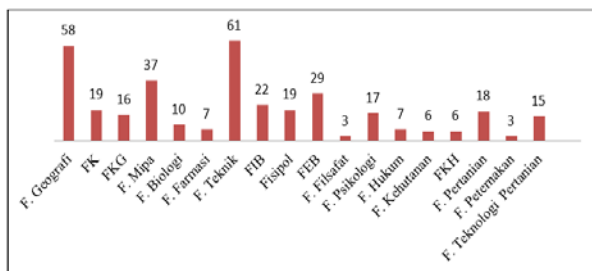
Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *disproportionate stratified random sampling*. Teknik *disproportionate sampling* digunakan untuk mendapatkan sampel dari anggota populasi yang heterogen dengan jumlah yang tidak proporsional. Sehingga di tiap provinsi (yang merupakan populasi dalam penelitian) harus mewakili sampel penelitian. *Stratified sampling* dalam penelitian ini dibagi berdasarkan 3 jenjang, yaitu mahasiswa S1 UGM dengan syarat minimal angkatan 2015, mahasiswa asal Yogyakarta dan luar Yogyakarta, dan pembagian berdasarkan 34 Provinsi di Indonesia. Tabel pembagian strata sampel terlampir pada gambar berikut.

Penelitian ini menggunakan teknik pengukuran skala *Likert* 1 hingga 5. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan pengolahan data *crossstab* untuk tujuan pertama dan menggunakan uji

independent sample test (untuk data normal) dan uji *mann whitney test* (untuk data tidak normal) untuk melihat perbedaan persepsi antara mahasiswa asal DIY dan luar DIY.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden ada 353 responden yang berasal dari 34 Provinsi di Indonesia. Responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 57% perempuan dan 43% laki-laki. Responden berdasarkan angkatan terbagi menjadi 71 orang angkatan 2015, 52 orang angkatan 2014, 50 orang angkatan 2013, 147 orang angkatan 2012, 31 orang angkatan 2011, dan 2 orang angkatan 2010. Pembagian responden berdasarkan 18 fakultas di UGM terlampir pada gambar berikut.



Dari 353 responden, ada 338 responden yang sadar dengan keberadaan *branding* “Jogja Istimewa”, terdiri dari 143 mahasiswa angkatan 2012, 65 orang mahasiswa angkatan 2015, 49 orang mahasiswa angkatan 2014, 48 orang mahasiswa angkatan 2013, 31 orang mahasiswa angkatan 2011, dan 2 orang mahasiswa angkatan 2010. Mahasiswa angkatan 2012 merupakan responden yang paling dominan mengetahui *branding* “Jogja Istimewa”. 383 responden yang sadar dengan keberadaan *branding* “Jogja Istimewa” mengetahui perubahan *branding* DIY dan informasi *branding* “Jogja Istimewa” paling banyak dari baliho / brosur, internet, dan pembicaraan.

Branding “Jogja Istimewa” mengandung *Jogja Renaissance* yang berarti sembilan bidang cita-cita arah pembangunan D.I. Yogyakarta. Bidang-bidang *Jogja Renaissance* meliputi bidang

pendidikan, pariwisata, ekonomi, teknologi, pangan, keterlindungan warga, tata ruang dan lingkungan, energi, dan kesehatan. Persepsi mahasiswa S1 UGM terkait *Jogja Renaissance* dengan upaya *rebranding* sebagai berikut.

Bidang Pendidikan

Bidang pendidikan dibahas menggunakan konsep Kota Pelajar. Indikator utama suatu kota dapat menjadi destinasi pendidikan oleh pelajar dari berbagai wilayah adalah di Kota tersebut memiliki banyak Perguruan Tinggi yang berkualitas dan menawarkan berbagai macam program studi. 79.9% responden sangat setuju bahwa DIY dikatakan kota pelajar karena memiliki banyak Perguruan Tinggi yang menawarkan berbagai macam program studi.

53,8% mahasiswa asal DIY dan luar DIY sangat setuju bahwa mudah menemukan tempat bimbingan belajar / kursus di DIY. Responden berpendapat bahwa program bimbingan belajar dan kursus yang ditawarkan sangat beragam dengan harga yang variatif. Fasilitas yang diberikan pada bimbingan belajar di DIY juga cukup baik. DIY merupakan kota pendidikan yang peduli terhadap keterampilan dan *soft skill* pelajar karena mudah menemukan tempat bimbingan belajar dan kursus.

Kota pelajar merupakan kota yang mendukung ilmu pengetahuan, salah satu bentuk perkembangan ilmu pengetahuan seperti kemudahan untuk mendapatkan kegiatan seminar, *talkshow*, *exhibition*, dan konferensi. 53.8% mahasiswa asal DIY dan luar DIY sangat setuju bahwa mudah menemukan kegiatan seminar dan konferensi di DIY karena kegiatan tersebut banyak di selenggarakan oleh kampus dan komunitas / organisasi di luar kampus. Biaya untuk masuk berbagai acara bervariasi hingga gratis. Sosialisasi melalui media internet dan baliho / brosur menambah kemudahan akses informasi terkait kegiatan seminar, *talkshow*, *exhibition*, dan konferensi. Tidak hanya

melalui acara formal, forum-forum diskusi mudah di temukan di D.I. Yogyakarta seperti bedah buku, kegiatan pameran dan pertemuan *sharing* pengalaman.

Salah satu dampak dari besarnya populasi pelajar di Yogyakarta adalah berkembangnya fasilitas penunjang pendidikan dan kemudahan menemukan sarana tempat belajar. DIY juga memberi kemudahan menemukan komunitas / organisasi untuk menyalurkan minat dan bakat mahasiswa pada bidang yang sama. Sehingga DIY adalah kota yang memberi kenyamanan dalam suasana belajar.

91% responden sangat setuju bahwa D.I. Yogyakarta adalah Kota Pendidikan. Keunikan pendidikan di DIY yang tidak hanya sebatas pelajaran di kelas formal, namun terdapat juga pendidikan karakter dan pendidikan budaya. Pendidikan karakter didapat dari kehidupan bermasyarakat di Yogyakarta seperti budaya tegur sapa, sopan santun, peduli, dan saling tolong-molong, sedangkan pendidikan budaya dapat dipelajari dari aspek multikultural pelajar yang berasal dari berbagai daerah di Indonesia yang memiliki ciri khas, logat, dan kebiasaan yang unik untuk di pelajari sehingga memperkaya pengetahuan dari segi kebudayaan yang bisa didapatkan di DIY.

Bidang Pariwisata

Bidang pariwisata dibahas menggunakan konsep Kota Destinasi Pariwisata. 53,6% responden sangat setuju bahwa DIY adalah Kota Budaya dan 49.7% responden sangat setuju bahwa DIY merupakan kota wisata karena memiliki fasilitas pariwisata yang lengkap, objek daya tarik wisata yang beragam dari wisata alam hingga wisata bangunan-bangunan bersejarah, atraksi seni dan budaya, dan masyarakat lokal yang ramah sehingga memberi kenyamanan bagi wisatawan dalam berwisata.

Wisata alam yang ada di DIY sangat beragam, seperti wisata alam pegunungan, pantai, goa, karst, hingga gumuk pasir. 65.5% responden sangat

setuju bahwa DIY memiliki daya tarik wisata alam. Wisata alam di DIY ada 7 pilihan wisata alam di Kabupaten Kulon Progo, 7 pilihan wisata alam di Kabupaten Bantul, 3 pilihan wisata alam di Kabupaten Sleman, dan 21 pilihan wisata alam di Kabupaten Gunung Kidul. Wisata alam di D.I. Yogyakarta memiliki fasilitas pariwisata yang baik, namun jarak menuju lokasi pariwisata alam cukup jauh dari pusat kota. Akseibilitas menuju tempat wisata alam menurut persepsi responden sudah sangat baik, dan penunjuk arah menuju lokasi wisata mempermudah wisatawan.

Selain daya tarik wisata alam, Yogyakarta memiliki daya tarik pada bangunan-bangunan bersejarah. Situs bangunan bersejarah di Yogyakarta terletak di Kabupaten dan Kota di Yogyakarta. 58% responden sangat setuju bahwa DIY memiliki daya tarik pada bangunan-bangunan bersejarah. Salah satu bangunan bersejarah yang menjadi magnet wisatawan mengunjungi DIY adalah Taman Sari dan Keraton. Dua bangunan bersejarah ini sangat kental dengan budaya jawa, responden memiliki persepsi bahwa mengunjungi DIY tidak lengkap apabila tidak mengunjungi Malioboro dan Keraton. Bangunan bersejarah di DIY yang terdapat di Kabupaten Sleman ada 12 bangunan candi. Kota Yogyakarta memiliki bangunan bersejarah Benteng Vredenburg dan Kompleks Keraton, Taman Sari, Kampung Pecinaan Ketandan, dan Masjid Gede Kauman. Kabupaten Bantul memiliki 11 bangunan bersejarah yang memiliki benda cagar budaya, dan Kabupaten Kulon Progo memiliki bangunan bersejarah Candi Pringtali dan Candi Sambiroto.

53% responden sangat setuju dan 42% responden setuju bahwa *event* yang diadakan di D.I. Yogyakarta sangat banyak dan beragam. Setiap Kabupaten dan Kota di DIY memiliki agenda tahunan untuk pergelaran seni dan budaya di DIY.

Masyarakat lokal memiliki peran penting dalam kenyamanan pariwisata.

Mahasiswa asal luar DIY dominan setuju bahwa peran sukses nya DIY menjadi salah satu destinasi pariwisata di Indonesia adalah peran masyarakat lokal. Masyarakat lokal Yogyakarta terkenal ramah dan murah senyum sehingga memberi kenyamanan tersendiri bagi wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke DIY merasa dilayani saat melakukan kegiatan pariwisata karena masyarakat DIY yang sopan, suka menolong, dan sabar dalam menghadapi wisatawan.

Baiquni (2013: 30) mengatakan pariwisata yang berkelanjutan adalah pariwisata yang memperkuat ekonomi lokal, memberdayakan komunitas masyarakat, dan melindungi peninggalan sejarah dan alam. Ketiga indikator pariwisata berkelanjutan tersebut sudah diterapkan di Yogyakarta, sehingga DIY memiliki pariwisata yang berkelanjutan (*sustainable tourism*).

Bidang Ekonomi

Bidang ekonomi dibahas menggunakan konsep Kota Layak Huni dari segi ketersediaan pelayanan sosial (khusus nya fasilitas ekonomi) untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidup, dan konsep Kota Pelajar dari segi biaya hidup.

88.1% mahasiswa asal DIY dan luar DIY memiliki persepsi bahwa ketersediaan fasilitas di DIY dapat memenuhi kebutuhan hidup mahasiswa. Fasilitas ekonomi di DIY sudah lengkap, mudah diakses, dan mendukung kehidupan mahasiswa. Kemudahan dalam memenuhi kebutuhan hidup di DIY menjadi salah satu faktor mahasiswa asal luar DIY betah tinggal di DIY.

Biaya hidup merupakan hal yang relatif bagi setiap individu karena berhubungan dengan kebutuhan dan gaya hidup yang berbeda. Mahasiswa asal DIY dan dari luar DIY sama-sama memiliki persepsi bahwa biaya hidup di DIY termasuk murah di kantong pelajar. Mahasiswa asal luar DIY memiliki persepsi biaya hidup untuk kebutuhan primer seperti kebutuhan pangan dan

sandang dapat ditemui dengan harga yang bervariasi, namun biaya hidup untuk kebutuhan primer di bidang papan (dalam hal ini berupa rumah kos atau asrama selama menempuh pendidikan di Yogyakarta) harganya cenderung naik setiap tahunnya, terutama di sekitar kawasan kampus UGM. Walau demikian, masih terdapat rumah kos / asrama dengan harga terjangkau yang jarak dengan kampus masih dapat ditempuh menggunakan kendaraan.

Bidang Teknologi

Bidang teknologi dibahas menggunakan penerapan konsep Kota Pintar. 39.1% responden setuju bahwa mudah menemukan spot-spot *WiFi* di DIY, namun kecepatan internet nya masih standar karena dipengaruhi oleh lokasi pengguna dengan sinyal *WiFi*, keadaan cuaca, jumlah pengguna, dan kecepatan transmisi pada kabel optik.

50.3% responden setuju bahwa jaringan telekomunikasi di DIY baik dan memudahkan untuk berkomunikasi, berbagai *provider* jaringan telekomunikasi tersedia di DIY.

Di era modern ini, perkembangan teknologi selalu berinovasi. 43.8% responden setuju bahwa perkembangan teknologi di DIY selalu berkembang dan dapat mengikuti tren. Perkembangan teknologi ini juga di pengaruhi oleh keberadaan Perguruan Tinggi di DIY yang bergerak di bidang IT (Informasi dan Teknologi). Salah satu dampaknya adalah perkembangan *startup* yang cukup tinggi di DIY.

45.9% responden memiliki persepsi setuju bahwa fasilitas teknologi di Yogyakarta mudah ditemukan, lengkap, dengan harga yang variatif. Hal ini disebabkan populasi mahasiswa yang besar, sehingga permintaan fasilitas teknologi untuk menunjang perkuliahan menjadi kebutuhan yang tinggi. Pameran dan expo teknologi sering diadakan di DIY, sehingga memenuhi kebutuhan mahasiswa terkait penggunaan teknologi.

40.5% responden setuju bahwa DIY memiliki *e-government* yang baik. Upaya yang sedang dikembangkan pemerintah DIY adalah meningkatkan pelayanan masyarakat secara *online*, terbuka dan transparan dengan membuat *website* pemerintahan yang dapat diakses 24 jam sehingga memberi kemudahan bagi masyarakat. Bentuk realisasi Pemerintah DIY dalam mengembangkan konsep Kota Pintar adalah menetapkan *Blueprint Jogja Cyber Province*.

Bidang Pangan

Bidang pangan dibahas menggunakan konsep Kota Layak Huni. Suatu kota dapat dikatakan layak huni apabila tercukupi dan memberi kemudahan untuk mengakses makanan dan barang lokal lainnya. Bidang pangan yang dimaksud dalam penelitian ini lebih mengarah kepada makanan mentah dan makanan yang sudah diolah sebagai bentuk kebutuhan pangan mahasiswa. Responden dominan memiliki persepsi bahwa DIY memberi kemudahan menemukan berbagai macam makanan segar (*fresh food*), air bersih, dan menemukan berbagai jenis makanan Indonesia dan Intrernasional. Mahasiswa juga mudah mendapatkan makanan dengan nutrisi yang seimbang di DIY.

Bidang Tata Ruang dan Lingkungan

Bidang tata ruang dan lingkungan dibahas menggunakan konsep Kota Layak Huni. Keistimewaan tata ruang DIY dalam penelitian dibatasi pada tata ruang terkait dengan budaya yang dianut oleh masyarakat dan permasalahan ruang yang terjadi di DIY.

52.7% responden setuju bahwa kualitas lingkungan di daerah Perkotaan di DIY sudah menurun akibat maraknya pembangunan vertikal dan horizontal. Volume kendaraan yang meningkat setiap tahunnya menyebabkan kantong parkir di DIY selalu tidak tercukupi. Begitu juga dengan permasalahan pemasangan papan iklan / reklame yang tidak tertata dan

mengganggu estetika visual. Untuk menekan laju pertumbuhan pembangunan, upaya yang sedang direncanakan Pemerintah DIY adalah mempertegas pengawasan pembangunan sesuai dengan Rencana Tata Ruang dan Wilayah DIY.

55% responden sangat setuju bahwa keunikan tata ruang dan lingkungan di DIY adalah budaya penunjukan lokasi dengan arah mata angin, dan tata ruang yang unik seperti sumbu imajiner merapi – tugu – keraton. Seluruh mahasiswa asal Provinsi di Indonesia mengakui dua keistimewaan tata ruang ini menjadi keunikan dan tidak ditemukan di daerah asal responden. Ciri khas penunjuk arah berdasarkan mata angin adalah Gunung Merapi yang menjadi patokan arah utara, dan untuk arah mata angin lainnya akan menyesuaikan kondisi lapangan.

Bidang Keterlindungan Warga

Bidang keterlindungan warga dibahas menggunakan konsep Kota Layak Huni, yang meliputi tingkat kriminalitas, kemudahan akses ke fasilitas keamanan, rasa aman, dan nyaman penduduk di Kota tersebut. Tingkat kriminalitas DIY di Indonesia termasuk kategori rendah, namun 42.9% responden setuju bahwa kasus-kasus pencurian masih sering terjadi di kalangan hunian mahasiswa.

Dari segi fasilitas keamanan, 38.5% responden memiliki persepsi netral terkait fasilitas keamanan di DIY, karena fasilitas keamanan di DIY biasa saja dan sama seperti daerah asal mahasiswa. Keistimewaan fasilitas keamanan di DIY justru lebih terlihat pada keamanan ronda yang memiliki sistem *jimpitan* (sistem memberikan uang receh di bagian depan rumah sebagai dana sukarela bagi warga yang mendapat tugas ronda).

49.1% responden memiliki persepsi netral terkait keamanan di DIY karena rasa aman bersifat relatif dan dipengaruhi oleh isu-isu kejahatan yang terjadi di lingkungan sekitar tempat tinggal dan kampus.

49,4% responden berpendapat DIY adalah kota yang nyaman untuk beraktifitas dan menjadi tempat tinggal karena fasilitas yang tersedia mudah diakses dan lengkap, dan peran masyarakat yang ramah dan suka tolong-menolong.

Bidang Energi

Bidang energi dibahas menggunakan konsep Kota Layak Huni untuk perumahan (dari sisi ketersediaan listrik pada setiap rumah), transportasi (dari sisi kemudahan mendapatkan stasiun bahan bakar kendaraan dan ketersediaannya); dan konsep Kota Pintar untuk penggunaan energi alternatif yang mendukung kehidupan berkelanjutan. 50% responden setuju bahwa listrik di DIY sudah tercukupi dan mendukung kehidupan mahasiswa. 53% responden setuju ketersediaan bahan bakar di DIY mudah diakses dan ketersediaan bahan bakar sudah memenuhi kebutuhan mahasiswa.

45.6% responden memiliki persepsi netral terkait penggunaan energi alternatif di DIY karena penggunaan energi alternatif di DIY sudah ada, namun belum di rasakan dampaknya pada kehidupan sehari-hari. Contoh penggunaan energi alternatif di DIY adalah penggunaan energi surya pada lampu aphil, penggunaan energi surya pada gedung-gedung pemerintahan, dan pengembangan energi alternatif di beberapa daerah di DIY.

Pemerintah DIY sedang melakukan perencanaan pengembangan energi alternatif di beberapa Kabupaten di D.I. Yogyakarta, seperti Kabupaten Sleman telah membangun 181 unit Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS), 3 unit Pembangkit Listrik Tenaga Mikro Hidro (PLTMH), dan 105 unit instalasi biogas limbah ternak sejak tahun 2009. Kabupaten Kulon Progo sudah mengembangkan pembuatan digester biogas, dan Kabupaten Bantul telah mengembangkan energi hibrid antara energi angin dan surya dalam bentuk

pembangunan PLTH di kawasan Pantai Baru Pandansimo yang memiliki 33 menara turbin angin dan 218 panel surya.

Bidang Kesehatan

Bidang kesehatan dibahas menggunakan konsep Kota Layak Huni. Dimana suatu kota dapat dikatakan layak huni apabila di kota tersebut memberikan kemudahan akses ke pelayanan kesehatan.

50% responden memiliki persepsi setuju bahwa fasilitas kesehatan dasar di DIY mudah untuk di akses. Kemudahan menemukan pelayanan kesehatan yang baik di DIY berhubungan dengan banyaknya jumlah Perguruan Tinggi dan Program Studi yang bervariasi di bidang kesehatan, seperti pendidikan dokter, pendidikan dokter gigi, pendidikan keperawatan, pendidikan kebidanan, dan lain-lain. Hal positif yang dapat ditemui dari praktek tersebut seperti kemudahan menemukan calon-calon dokter praktek yang memerlukan “pasien” dan banyaknya gerakan sosial di bidang kesehatan yang memberi penawaran program kesehatan dengan biaya murah hingga gratis.

45.6% responden setuju bahwa mudah menemukan fasilitas olahraga di DIY. Fasilitas olahraga di DIY sudah lengkap dan tersedia untuk berbagai macam kebutuhan olahraga, namun DIY tidak memiliki ruang khusus untuk olahraga seperti taman untuk berlari.

46.2% responden setuju bahwa kondisi sanitasi di DIY sudah baik, namun pengetahuan masyarakat terhadap sanitasi yang baik dan benar masih sangat kurang di beberapa daerah. Upaya yang telah dilakukan Pemerintah DIY adalah melakukan sosialisasi dan optimalisasi infratraktur sanitasi.

Identifikasi perbedaan persepsi Mahasiswa asal DIY dan luar DIY

Identifikasi perbedaan persepsi mahasiswa UGM asal DIY dengan luar DIY menggunakan dua uji statistik, yaitu uji *Independent Sample Test* untuk data

yang berdistribusi normal dan Uji *Man-Whitney Test* untuk data yang berdistribusi tidak normal. Dari 45 data, terdapat 5 data yang berdistribusi normal sehingga menggunakan uji *independent sample test*.

Hasil uji *independent sample test* memperlihatkan 5 data ini memiliki nilai sig. > 0,05 sehingga tidak terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa asal DIY dengan mahasiswa asal luar DIY.

Hasil uji *mann whitney test* memperlihatkan terdapat 12 data yang memiliki sig. < 0.05 yang berarti 12 data tersebut terdapat perbedaan pendapat antara mahasiswa asal luar DIY dengan mahasiswa asal DIY. Perbedaan persepsi dijelaskan sebagai berikut:

- Variabel pendidikan indikator 3 membahas kemudahan menemukan kegiatan seminar, *talkshow*, *exhibition*, dan konferensi di DIY, memiliki nilai sig. 0.03. Perbedaan persepsi ini dikarenakan respon terhadap kemudahan menemukan kegiatan seminar, *talkshow*, *exhibition*, dan konferensi di DIY. Mahasiswa asal luar DIY lebih antusias dan lebih merasakan kemudahan mendapatkan kegiatan seminar, *talkshow*, *exhibition*, dan konferensi dibandingkan daerah asal mereka.
- Variabel kesehatan indikator 2 memiliki nilai sig. 0.013. Perbedaan pendapat terkait kondisi sanitasi dikarenakan perbedaan tempat hunian. Mahasiswa asal luar DIY rata-rata tinggal di rumah kos dengan penggunaan kamar mandi bersama atau bergantian, berbeda dengan mahasiswa asal DIY (resident) yang menggunakan kamar mandi keluarga yang kebersihan sanitasinya lebih terjamin kebersihannya.
- Variabel pangan yang memiliki nilai sig. < 0.05, Nilai mean tinggi terdapat pada mahasiswa asal DIY dibandingkan mahasiswa asal luar DIY. Perbedaan pendapat dikarenakan mahasiswa luar DIY sebagian besar

merupakan mahasiswa yang tinggal jauh dari orang tua, dimana untuk memperoleh makanan dilakukan oleh diri sendiri, berbeda dengan mahasiswa asal DIY yang tinggal dengan keluarga, dimana makanan dengan gizi seimbang dan kemudahan mendapatkan makanan segar sudah tersedia di rumah.

- Seluruh indikator pada variabel keterlindungan warga memiliki nilai sig. < 0.05. Perbedaan pendapat ini dikarenakan mahasiswa asal DIY lebih merasakan rasa aman dan nyaman serta merasakan kemudahan mengakses fasilitas keamanan karena berada di daerah asal nya sendiri dan dekat dengan keluarga, berbeda dengan rasa aman dan nyaman yang dimiliki oleh mahasiswa asal luar DIY sebagai anak rantau untuk bertahan hidup.
- Variabel tata ruang dan lingkungan yang memiliki nilai sig. <0.05 adalah indikator 1 (pertumbuhan papan iklan / reklame), indikator 2 (pembangunan vertikal dan horizontal), dan indikator 3 (kualitas lingkungan Yogyakarta). Nilai mean tinggi terdapat pada mahasiswa asal DIY dibandingkan mahasiswa asal luar DIY. Hal ini dikarenakan mahasiswa asal DIY yang telah lama tinggal di DIY lebih merasakan perubahan - perubahan lingkungan di DIY dibandingkan mahasiswa asal luar DIY yang tinggal selama masa studi.

Perbedaan persepsi antara mahasiswa asal DIY dan luar DIY adalah dominan berasal dari konsep Kota Layak Huni. Dari konsep Kota Layak Huni, dapat terlihat bahwa DIY memiliki seluruh komponen-komponen Kota Layak Huni, perbedaan persepsi mahasiswa hanya disebabkan oleh gaya hidup antara mahasiswa rantau dan mahasiswa yang tinggal bersama keluarga. Dari segi fasilitas yang tersedia dan kondisi lingkungan DIY, bagi Mahasiswa asal luar DIY, D.I. Yogyakarta merupakan

Kota Layak Huni yang memberikan kenyamanan untuk beraktifitas. Rasa nyaman yang di ciptakan merupakan salah satu sukses nya bidang Keterlindungan Warga pada branding “Jogja Istimewa”, kinerja Pemerintah DIY yang baik optimal pada fasilitas dan pelayanan masyarakat, dan kemudahan mengakses berbagai fasilitas untuk memenuhi kebutuhan.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberi kontribusi pengetahuan keistimewaan DIY dari kacamata Mahasiswa (mahasiswa Universitas Gadjah Mada dari luar DIY dan asli DIY). Persepsi mahasiswa UGM terkait *Jogja Renaissance* pada *rebranding* D.I. Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi branding “Jogja Istimewa” yang dilakukan Pemerintah DIY sudah baik. Tujuan yang diharapkan dari rebranding DIY sudah tersampaikan pada konsumen branding (dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UGM). Persepsi mahasiswa UGM terkait *Jogja Renaissance* memperlihatkan bidang pendidikan, bidang pariwisata, dan bidang ekonomi merupakan bidang *Jogja Renaissance* yang paling menunjukkan keistimewaan DIY. Bidang teknologi merupakan bidang yang paling banyak memiliki persepsi netral karena penggunaan teknologi di DIY masih biasa saja.
2. Ada perbedaan persepsi antara mahasiswa asal luar DIY dengan mahasiswa asal DIY yang terdapat pada konsep Kota Layak Huni dikarenakan faktor perbedaan gaya hidup antara resident (mahasiswa asal DIY) yang tinggal bersama keluarga dan anak rantau yang mengurus kebutuhan sehari-hari oleh diri sendiri. Perbedaan persepsi juga terlihat antara mahasiswa asal Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa dari sisi ketimpangan pembangunan wilayah.

DAFTAR PUSTAKA

- Baiquni, M. (2013). *Ecotourism Destinations in Archipelago Countries*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Cohent, B. (2012). *What Exactly Is A Smart City*. Diakses 16 Mei 2016 dari <http://safecities2015.wbresearch.com/>
- Lowe, M., Whitzman, C., Badland, H. (2013). *Liveable, Healthy, Sustainable: What Are the Key Indicators for Melbourne Neighbourhoods?*. Diakses tanggal 08 Maret 2016, dari <http://www.communityindicators.net.au/files/docs/Liveability%20Indicators%20report.pdf>.
- Panitia 11. (2015). *Rebranding Jogja : Perancangan Logo dan Tagline Jogja*. Diakses 31 Maret 2015 dari http://jogjaprov.go.id/attachments/rebranding_jogja_publish.pdf.
- Pratama, E. H. (2011). *Evaluasi Branding Jogja Never Ending Asia sebagai Strategi Memasarkan Daerah di Era Otonomi*. Tesis. Yogyakarta: Sekolah Pasca Sarjana, Universitas Gadjah Mada.
- QS Staff Writer. (2015). *QS Best Student Cities 2016: Methodology*. Diakses pada 8 Maret 2016 dari <http://www.topuniversities.com/university-rankings-articles/qs-best-student-cities/qs-best-student-cities-2016-methodology>.
- Rhamdani, S., Istiqomah, E.N., Ardiyanti, G. K. (2012). *The History of Yogyakarta, an Education City*. *IPEDR Vol. 58*. hal. 21-24.
- Spillane, J. (1994). *Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.