

Pengembangan Pariwisata Digital Berbasis Komunitas di Desa Hargomulyo, Kabupaten Gunungkidul

Rustiningsih Dian Puspitasari¹, Ignasius Bintang Waskito Adi², I Nyoman Arya Suprana³, Kevin Febrianto⁴, Adrian Benedicto Cholia⁵, Fernando Abel Widjaja⁶, Vellin Mudita⁷, Benedictus Dicky Darmawan⁸, I Dewa Gde Adhitya Udayana⁹, Dewy Charisma Pasaribu¹⁰, Meganusa Ludvianto¹¹

Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jl. Babarsari No.44, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta
Email: meganusa.ludvianto@uajy.ac.id

Received: June 6, 2021 ; Revised: -; Accepted for Publication May 31, 2022; Published: May 31, 2022

Abstract — *The tourism sector is promising to be developed in Indonesia, especially in the digital era. Group 77 KKN UAJY 79 gave an idea for tourism development in Hargomulyo Village, Gunungkidul. The idea is based on the potentials of Hargomulyo Village, then was linked to several concepts such as community based and one stop service tourism. Not only infrastructure and human resources, group 77 also directs development in Hargomulyo Village towards digital tourism. Thus, Hargomulyo Village ready to become a community based and digital tourism village with one stop service system to facilitate the focus of development.*

Keywords — Hargomulyo, Tourism, Digital

Abstrak— Sektor pariwisata cukup menjanjikan untuk dikembangkan di Indonesia, terlebih di era digital. Kelompok 77 KKN Periode 79 memberikan ide untuk pengembangan pariwisata di Desa Hargomulyo, Gunungkidul. Ide tersebut didasarkan atas potensi yang dimiliki oleh Desa Hargomulyo, kemudian dikaitkan dengan beberapa konsep seperti one stop service tourism berbasis komunitas. Selain infrastruktur dan sumber daya manusia, kelompok juga mengarahkan pengembangan di Desa Hargomulyo menuju pariwisata digital. Dengan demikian, Desa Hargomulyo pun siap menjadi desa wisata berbasis komunitas dan digital dengan sistem pelayanan satu pintu guna memudahkan fokus pengembangan.

Kata Kunci— Hargomulyo, pariwisata, digital

I. PENDAHULUAN

Adanya pandemi COVID-19 secara tidak langsung menuntut masyarakat untuk beralih pada kondisi new normal dengan beradaptasi ke kebiasaan baru, tanpa terkecuali Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang biasanya mengajak mahasiswa untuk terjun langsung ke lapangan, kini harus dilaksanakan secara daring dengan konsep Society 5.0. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir penyebaran virus COVID-19 yang masih masif di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Namun, kegiatan KKN tetap dilakukan dengan membagi mahasiswa dalam kelompok tertentu dan melaksanakan program kerja secara daring.

Dalam hal ini, kelompok 77 KKN periode 79 mendapatkan wilayah kuliah kerja nyata di Desa Hargomulyo, Kecamatan Gedangsari, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa ini terletak di zona utara topografi Gunungkidul yang merupakan wilayah Perbukitan Batur Agung dengan ketinggian 200-700 meter di atas permukaan laut (mdpl). Desa yang memiliki 14 dusun ini berbatasan

langsung dengan Desa Mertelu di sisi timur, Desa Nglegi di sisi barat, Desa Ngalang dan Desa Pengkol di sisi selatan, serta Desa Sampang dan Desa Watugajah di sisi utara. Kondisi yang demikian membuat posisi Desa Hargomulyo berada di tengah-tengah Kecamatan Gedangsari. [3]

Pemetaan potensi desa yang dilakukan oleh kelompok diawali dengan mencari kelebihan atau potensi yang ada di Desa Hargomulyo. Selanjutnya, kelompok pun menemukan masalah yang belum terselesaikan, menganalisis, kemudian memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Dari proses ini, kelompok 77 pun menemukan bahwa ada satu potensi wisata di Desa Hargomulyo yang sudah tidak terawat dan terkesan diabaikan. Wisata tersebut adalah Bukit Clongop yang dibangun pada tahun 2018.

Paath memberitakan dalam Beritasatu.com (2019) bahwa Presiden Joko Widodo menetapkan pariwisata sebagai leading sector untuk membangun perekonomian Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa pariwisata cukup menjanjikan untuk sektor prioritas unggulan [7]

Selaras dengan pernyataan di atas, Provinsi DIY pun mencanangkan Visi Pembangunan Wisata tahun 2012-2025 yang mendorong pariwisata di Yogyakarta untuk menjadi destinasi kelas dunia, berdaya saing, berwawasan budaya, berkelanjutan, serta mendorong pembangunan daerah dan pemberdayaan masyarakat [5]

Oleh karena itu, kelompok pun berupaya untuk melakukan pengembangan pariwisata dengan konsep one stop service tourism dan community tourism. Kedua konsep ini dapat dielaborasi sehingga mampu mengembangkan pariwisata, membantu perekonomian warga desa, serta mendukung program Pemerintah Kabupaten Gunungkidul dalam mempromosikan pariwisata berbasis komunitas yaitu desa wisata. [1]

Pariwisata berbasis komunitas (community tourism) juga menjadi salah satu konsep yang didukung oleh United Nations of World Tourism Organization (UNWTO) dengan memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam jangka waktu kini dan yang akan datang. Oleh karena itu, kelompok tidak hanya mengembangkan Bukit Clongop secara infrastrukturnya saja, melainkan juga pemberdayaan masyarakat lokal lewat sentra usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Nantinya, sentra UMKM ini akan dipusatkan di Bukit Clongop dengan beberapa komponen pendukung seperti pom mini dan bengkel, mengingat bahwa wisata ini terletak di antara daerah perkebunan. [6]

Kelompok juga menggunakan konsep one stop service tourism guna memberikan pola pelayanan satu pintu yang saling terkait. Apalagi konsep tersebut juga cocok untuk memusatkan perekonomian desa dengan memaksimalkan tempat wisata Bukit Clongop [9]

Selain itu, guna menjangkau wisatawan dari berbagai wilayah, diperlukan pondasi digital marketing yang kuat untuk mempromosikan lewat internet. Terlebih di tahun 2021 ini, semua sektor harus bisa beralih menjadi daring, tak terkecuali pariwisata. Konsep e-tourism juga dirasa penting untuk meningkatkan daya guna pariwisata lewat jasa layanan pariwisata dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi. Dengan demikian, kelompok 77 pun membentuk program kerja yaitu pariwisata one stop service berbasis komunitas dan digital.

II. METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan KKN ke-79 UAJY ini menggunakan sistem Society 5.0 dimana kegiatan KKN dilakukan secara daring. Periode KKN ke-79 ini dilaksanakan pada 1 April 2021 hingga 31 Mei 2021. Dalam hal ini, program kelompok mengidentifikasi potensi desa dengan luaran dua video dan dua e-book, laporan kelompok, dan makalah jurnal.

A. Metode Penentuan Topik

Penentuan topik program kelompok dilakukan dengan pencarian data melalui website serta jurnal terkait potensi desa yang dapat dikembangkan dan pengalaman mengunjungi Desa Hargomulyo, lalu dilanjutkan dengan diskusi kelompok mengenai potensi desa yang dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi desa dan dilakukan bimbingan dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL).

B. Metode Pencarian Literatur

Guna mencari dan mengumpulkan data-data lapangan, kelompok menggunakan metode studi dokumentasi yang berarti mengumpulkan, mengolah, dan menyimpan informasi berupa foto, arsip klipings, surat kabar, dan berita yang mampu menunjang dokumen [8]

C. Metode Analisis

Dengan mencari dan menyusun data dokumentasi secara sistematis. Masing-masing anggota kelompok diberi tugas untuk mengumpulkan data referensi dan mengaitkan dengan temuan lapangan baik secara langsung maupun berdasar sumber di internet. Dengan demikian, kesimpulan pun dapat ditarik untuk diolah kembali dalam bentuk output KKN. [2]

D. Metode Pembuatan Laporan, Ebook dan Video

Pembuatan laporan dilakukan dengan pengumpulan literatur-literatur pendukung yang telah diolah serta dianalisis dan menghasilkan output berupa ebook dan video melalui beberapa proses. Untuk e-book, buku potensi desa menggunakan visual yang cerah agar menarik dan mendapatkan atensi dari pembaca. Pada e-book potensi desa terdapat ilustrasi pendukung seperti pemandangan yang relevan dengan potensi Desa Hargomulyo. Di satu sisi, untuk e-book buku ajar, kelompok 77 membuat materi yang terdiri

dari setiap rumpun ilmu pengetahuan sesuai dengan program studi masing-masing anggota kelompok, dimana terdapat tujuh materi berbeda yang dipaparkan pada buku ajar. Cover buku ajar dibuat dengan kesan artistik agar membuat masyarakat Desa Hargomulyo tertarik untuk membaca. Setiap bab materi diberikan visual yang berbeda agar memberikan ciri khas pada tiap materi Ilmu Pengetahuan serta tidak memberikan kesan yang membosankan.

Untuk video potensi desa berisi pembahasan mengenai permasalahan yang ada di Desa Hargomulyo disertai dengan solusi yang berupa e-book dan render video desain Bukit Clongop sebagai potensi desa. Konsep yang digunakan pada video potensi desa adalah gabungan dari presentasi dan render video desai dilengkapi dengan voice over untuk membantu menjelaskan. Sedangkan untuk video buku ajar menggunakan konsep presentasi menggunakan aplikasi power point lalu didukung oleh voice over berfungsi menjelaskan isi dari buku ajar lalu presentasi tersebut diekstrak menjadi sebuah video yang menampilkan penjelasan dari buku ajar.

E. Metode Diskusi dan Bimbingan

Kuliah Kerja Nyata ke-79 ini menerapkan sistem online sehingga segala kegiatan yang dilakukan oleh kelompok dan dosen pembimbing dilakukan secara online menggunakan aplikasi Zoom dan WhatsApp.

III. HASIL DAN PEMBAHAAN

Kegiatan KKN kelompok 77 periode 79 di Desa Hargomulyo, Kecamatan Gunungkidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta akan berfokus dengan pengembangan pariwisata yang telah ada di sana.

A. Pemetaan Potensi

Desa Hargomulyo memiliki banyak sekali potensi yang dapat dimanfaatkan, salah satunya adalah pengolahan bambu. Bambu yang terdapat pada Desa Hargomulyo adalah bambu petung yang mana bambu tersebut memiliki kualitas yang baik dan juga awet. Bambu juga bukan merupakan hal yang aneh bagi masyarakat Indonesia, mengingat jika bambu sudah menjadi komoditas sejak zaman dahulu dan memegang peranan penting terutama pada masyarakat pedesaan bahkan sejak sebelum adanya semen, besi, plastik, dan lainnya. [4]

Desa Hargomulyo memiliki potensi wisata yaitu Bukit Clongop, Wisata ini berada pada jalan yang cukup sering dilewati oleh beberapa penikmat alam. Namun, faktanya Bukit Clongop belum terkelola dengan benar, terdapat beberapa kerusakan pada wisata ini. Oleh karena itu, program KKN kelompok 77 periode 79 akan berfokus pada pengelolaan Bukit Clongop, dengan berfokus pada Pilar Pembangunan Pariwisata menurut UNWTO tahun 2002 yang terdiri dari tiga pilar, yaitu lingkungan, komunitas, dan industri. Langkah-langkah pengerjaan dimulai dengan perencanaan *landscape*.

Perencanaan ini berfokus pada desain ulang dari Bukit Clongop dengan memanfaatkan bambu di Desa Hargomulyo. Setelah perancangan *landscape*, kami melanjutkan pengerjaan kami dengan berfokus pada penambahan fasilitas dan juga promosi Bukit Clongop ini. Berikut merupakan desain *landscape* yang telah dibuat oleh kelompok:



Gambar 1. Rancangan Desain Bukit Clongop oleh Kelompok 77

Kelompok tidak hanya membuat desain infrastruktur pengembangan Bukit Clongop saja. Ada beberapa komponen pendukung yang harus ditambahkan untuk mendukung tempat wisata tersebut. Berikut ini merupakan beberapa usulan penambahan fasilitas pendukung di sekitar Bukit Clongop yang dilakukan oleh Kelompok KKN 77 Desa Hargomulyo.

a. Plang Arah



Gambar 2. Desain Plang Arah

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa di sekitar Bukit Clongop ini belum terdapat plang arah. Hal ini menyebabkan banyak dari para pengendara motor maupun mobil tidak menyadari bahwa terdapat Bukit Clongop yang dapat dimanfaatkan sebagai tempat untuk beristirahat sejenak pada saat melakukan perjalanan.

b. Lampu Penerangan

Dengan adanya fasilitas lampu ini diharapkan dapat meminimalisir tingkat kecelakaan saat melintasi jalan di sekitar Bukit Clongop. Selain itu, keberadaan lampu tersebut mampu menerangi dan memperindah setiap sudut-sudut kecil Bukit Clongop dan jalanan di sekitar lokasi tersebut.

c. Pom Mini dan Tambah Ban

Desa Hargomulyo masih dikelilingi hutan, sehingga sangat jarang ditemukan fasilitas

tambal ban dan pom mini. Oleh sebab itu, diusulkan penambahan fasilitas pom mini dan tambal ban dengan tujuan supaya pengendara jalan merasa aman, nyaman, dan tidak khawatir jika melewati jalan di sekitar Desa Hargomulyo semisal mengalami ban bocor atau kehabisan bahan bakar.

d. Warung-Warung Kecil

Perancangan *landscape* dengan konsep *rest area* serta terdapat gazebo-gazebo di Bukit Clongop menjadi lebih baik jika dipadukan dengan warung-warung kecil yang mana warung tersebut menjual makanan atau minuman lokal hasil olahan masyarakat Desa Hargomulyo.

B. Promosi Bukit Clongop dengan Google Ads

Pengembangan infrastruktur saja tidak cukup untuk mengembangkan potensi pariwisata di Bukit Clongop. Pariwisata dapat memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi untuk mempromosikan potensinya. Oleh karena itu, penting untuk dikembangkan *digital marketing* yang kemudian dapat dielaborasi menjadi *e-tourism*. Konsep tersebut dapat meningkatkan daya guna pariwisata melalui ICT (*Information and Communication Technologies*), *tourism and business*, serta dukungan pemerintah. [10]

Dalam hal ini, kelompok memberikan alternatif untuk praktik *digital marketing* melalui Google Ads. Adapun langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk mengiklankan Bukit Clongop di Google Ads adalah sebagai berikut:

- Langkah 1: Masuk ke halaman *website* https://ads.google.com/intl/id_id/home/how-it-works/ dan pilih 'Mulai sekarang'.
- Langkah 2: Di halaman 'Kampanye baru', kita dapat memilih sasaran utama iklan yang kita buat. Sasaran utama iklan yang dipilih adalah 'Dapatkan lebih banyak kunjungan ke lokasi fisik Anda'.
- Langkah 3: Masih di halaman yang sama, kita akan memberi nama bisnis kita sesuai dengan keinginan kita. Nama bisnis yang dipilih adalah 'Wisata Bukit Clongop, Desa Hargomulyo'.
- Langkah 4: Masukkan situs yang menjadi tujuan yang diarahkan untuk orang-orang yang mengklik iklan yang kita buat. Situs tujuan yang digunakan adalah <https://www.hargomulyo-gedangsari.desa.id/first/artikel/114-WISATA-BARU-DIBANGUN-DI-BUKIT-CLONGOP>.
- Langkah 5: Setelah itu, kita dapat melihat tampilan dari situs tujuan yang telah kita pilih dalam bentuk *mobile* dan *desktop*.
- Langkah 6: Kemudian, kita akan menulis iklan yang akan ditampilkan di mesin

penelitian Google. Terdapat beberapa *form* yang harus diisi. Isi masing-masing *form* sesuai dengan keinginan kita.

- g. Langkah 7: Selanjutnya, kita dapat menentukan tema kata kunci yang sesuai dengan iklan yang kita buat.
- h. Langkah 8: Lalu, kita dapat memilih lokasi iklan dan jangkauan iklan yang kita inginkan. Pilih 'Beriklan di kode pos, kota, atau wilayah tertentu' untuk memilih jangkauan iklan yang lebih luas. Ketik 'Indonesia' pada *form* di bawahnya agar iklan kita dijangkau di seluruh Indonesia.
- i. Langkah 9: Sesudahnya, kita dapat memilih 'Pilih opsi anggaran' untuk melihat paket opsi anggaran yang telah ditentukan oleh Google. Di sini, pilihan yang dipilih adalah 'Masukkan anggaran Anda' dengan anggaran Rp 8224 per hari atau maksimal Rp 250.000 per bulan dengan estimasi iklan yang diklik 170-330 iklan.
- j. Langkah 10: Sebelum iklan dimunculkan di mesin pencarian Google, kita dapat meninjau ulang mengenai iklan yang ingin kita buat. Kita masih dapat mengubah isi dari iklan kita pada halaman ini.
- k. Langkah 11: Pada halaman ini, kita diharuskan melakukan konfirmasi pembayaran untuk iklan yang dibuat. Pada bagian 'Info pelanggan', tulis identitas diri kita.
- l. Langkah 12: Pada bagian 'Cara pembayaran' dan 'Metode pembayaran', diisi dengan 'Pembayaran manual' dan 'Transfer uang'. Berikutnya, centang pernyataan 'Saya menyetujui persyaratan dan ketentuan Google Ads.'
- m. Langkah 13: Setelah itu, maka muncul *popup* yang berisi mengenai informasi pembayaran. Lakukan pembayaran tagihan ke nomor rekening yang tertera. Kemudian, pilih 'LENGKAPI'.
- n. Langkah 14: Setelah itu, kita akan dibawa ke halaman baru di mana iklan kita telah berhasil dibuat dan menunggu peninjauan dari pihak Google. Untuk melihat iklan kita lebih detail, kita dapat mengklik 'PELAJARI KAMPANYE ANDA'.
- o. Langkah 15: Untuk sementara, kita dapat memilih 'LEWATI DULU'
- p. Langkah 16: Kita akan diarahkan ke halaman *dashboard* dari iklan yang telah kita buat. Pada halaman ini, terdapat status 'TERTUNDA' untuk iklan yang kita buat. Ini berarti bahwa iklan kita masih ditunda penayangannya di mesin pencarian Google hingga iklan kita telah disetujui.

Langkah 17: Tunggu proses peninjauan yang dilakukan oleh Google selama 5-10 hari kerja. Apabila peninjauan telah selesai dilakukan dan iklan kita telah disetujui, maka iklan

akan tampil sesuai dengan tema kata kunci yang telah ditetapkan sebelumnya

IV. KESIMPULAN

Pada KKN periode 79 ini, kelompok 77 berfokus pada potensi pariwisata di Desa Hargomulyo, Kecamatan Gunung Kidul, DIY. Dan karena KKN 79 dilakukan secara daring, jadi kelompok 77 telah mengumpulkan berbagai data melalui internet terkait potensi Desa Hargomulyo, Kecamatan Gedangsari, Kabupaten Gunungkidul. Adapun pengelolaan bambu pada Desa Hargomulyo, yang dapat dikembangkan karena bambu di Desa Hargomulyo adalah bambu petung yang dimana bambu tersebut memiliki kualitas yang baik dan juga awet.

Potensi wisata pada Desa Hargomulyo yang menjadi fokus kelompok 77 untuk dikembangkan adalah Bukit Clongop. Wisata ini terletak pada jalur strategis yang dapat dilewati oleh sebagian penikmat alam. Namun, Bukit Clongop belum terkelola dengan benar serta ada bagian yang rusak pada tempat wisata tersebut. Dengan demikian, perencanaan kelompok berfokus pada desain ulang dari Bukit Clongop dengan memanfaatkan bambu pada Desa Hargomulyo dan menambahkan beberapa fasilitas, serta melakukan promosi Bukit Clongop.

Saran dari kelompok adalah akan lebih baik jika ada contact person kepala desa atau warga desa lainnya agar kami bisa melakukan komunikasi jarak jauh sehingga memudahkan untuk melakukan pengumpulan data. Jadi kami tidak perlu membuat asumsi sendiri dari data yang terbilang minim yang didapatkan melalui internet. Dan diharapkan agar warga Desa Hargomulyo dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah kami jabarkan melalui program kerja ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada LPPM yang telah menyelenggarakan kegiatan dan kesempatan bagi penulis untuk berpartisipasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ainurrahman. "Wisata Berbasis Komunitas," Jurnal KARSA, vol.18, no.2, pp. 136-146, Oktober 2010
- [2] Arischa, Suci. "Analisis Beban Kerja Bidang Pengelolaan Sampah Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Pekanbaru," JOM FISIP, vol.6, no.1, pp.1-15, 2019
- [3] Hargomulyo. (2014, April 30). Sejarah Desa [Online]. Available: <https://www.hargomulyo-gedangsari.desa.id/first/artikel/57>
- [4] Hidayat, Robist & Zidni, M. Irfan. "Sejuta Bambu untuk Indonesiaku: Socio-Ecopreneur untuk Mensejahterakan Pengrajin Bambu di Desa Hargomulyo, Gedangsari, Gunung Kidul, Yogyakarta dalam Momentum Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)," Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara, vol.3, no.1, pp.111-120, 2019
- [5] Istanti. (2020, Februari 5). Yogyakarta dan Masa Depan Pariwisata Berbasis Budaya [Online]. Available: <https://news.detik.com/kolom/d-4886546/yogyakarta-dan-masa-depan-pariwisata-berbasis-budaya>

- [6] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia & International Labour Organization, Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan dan Green Jobs untuk Indonesia. Jakarta: International Labour Organization, 2012. [Online]. Available: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/publication/wcms_209132.pdf
- [7] Paath, Carlos KY. (2019, Oktober 16). Pariwisata Jadi Sektor Prioritas Unggulan Pemerintahan Jokowi [Online]. Available: <https://www.beritasatu.com/gayahidup/580280/pariwisata-jadi-sektor-prioritas-unggulan-pemerintahan-jokowi>
- [8] Piscayanti, Kadek Sonia. “Studi Dokumentasi dalam Proses Produksi Pementasan Drama Bahasa Inggris,” Jurnal Pendidikan dan Pengajaran, vol.47, no.2-3, pp. 94-103, Oktober 2014
- [9] Rizqi, Agusta Moh & Arif. “Implementasi Program One Stop Service (Pelayanan Terpadu Satu Pintu) pada Masyarakat Miskin (Studi Deskriptif dalam Pengurusan Dokumen Diri di Desa Kajarharjo, Kecamatan Kalibaru, Kabupaten Banyuwangi),” Jurnal E-Sospol, vol.4, no.2, pp. 97-102, 2017
- [10] Warmayana, I Gede Agus Krisna. “Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0,” Jurnal Pariwisata Budaya, vol.3, no.2, pp. 81-92, 2018

PENULIS

	<p>Rustiningsih Dian Puspitasari Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>
	<p>Ignasius Bintang Waskito Adi Prodi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>
	<p>I Nyoman Arya Suprana Prodi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>

	<p>Kevin Febrianto Prodi Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>
	<p>Adrian Benedicto Choila Prodi Teknik Industri Internasional Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>
	<p>Fernando Abel Widjaja Prodi Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>
	<p>Vellin Mudita Prodi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>
	<p>Benedictus Dicky Darmawan Prodi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>
	<p>I Dewa Gede Adhitya Udayana Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>

	<p>Dewy Charisma Pasaribu Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>
	<p>Meganusa Ludvianto Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta</p>