

INTISARI

Kajian ini menganalisis kondisi struktural faktor yang menghambat dan/atau mungkin untuk membuat keberhasilan implementasi kebijakan pariwisata berbasis city branding di kota Yogyakarta. Dengan menggunakan perspektif implementasi kebijakan Edwards, tulisan ini berargumen bahwa kebijakan pariwisata berbasis city branding “Jogja Istimewa” merupakan upaya pemerintahan daerah untuk mengembangkan pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kajian ini mengadopsi perspektif yang spesifik terkait faktor penghambat dan/atau keberhasilan implementasi kebijakan. Selain melihat manifestasi implementasi kebijakan di lingkungan internal pemerintah kota Yogyakarta, kajian ini ikut menekankan dimensi interaksi kekuasaan agensi yang berkaitan dengan pemerintahan yang berupaya mentransformasikan city branding “Jogja Istimewa” menjadi sebuah hal yang dapat mendorong pengembangan pariwisata. Melalui analisis kualitatif dengan metode studi literatur dan metode wawancara ditemukan bahwa dalam implementasinya terdapat kendala politis terkait modal kuasa dan adanya distorsi pada praktik implementasi kebijakan ini. Selain itu manifestasi ‘pastoral power’ melekat dalam pelaksanaan praktik kebijakan pengembangan pariwisata ini. Kajian ini melihat bahwa dalam praktik implementasi kebijakan berbasis pariwisata “Jogja Istimewa” para agen implementasinya dalam lingkungan pemerintahan Kota Yogyakarta belum memiliki sense of belonging terhadap kebijakan Jogja Istimewa. Meskipun begitu, kemudian pada akhirnya para pelaksana kebijakan menerapkan orientasi praktis-pragmatis berbasis kepentingan bersama, sehingga pemberontakan seperti dalam praktik pastoral power seperti dalam imajinasi Foucault menjadi sebuah hal yang wajar terjadi di dalam tata pemerintahan dibidang pariwisata di kota Yogyakarta.

Kata kunci: Implementasi Kebijakan, Jogja Istimewa, *Pastoral Power*

Abstract

This study analyzes the structural conditions of the factors that hinder and/or are likely to make the successful implementation of city branding-based tourism policies in the city of Yogyakarta. Using the perspective of Edwards' policy implementation, this paper argues that the city branding-based tourism policy "Jogja Istimewa" is an effort by the local government to develop tourism in the Special Region of Yogyakarta. This study adopts a specific perspective regarding inhibiting factors and/or successful implementation of the policy. In addition to looking at the manifestations of policy implementation in the internal environment of the Yogyakarta city government, this study also emphasizes the dimensions of the interaction of government-related agency power that seeks to transform the city branding "Jogja Istimewa" into something that can encourage tourism development. Through qualitative analysis using the method of literature study and interview methods it was found that in its implementation there were political constraints related to power of attorney and there were distortions in the practice of implementing this policy. In addition, the manifestation of 'pastoral power' is inherent in the implementation of this tourism development policy practice. This study observes that in the practice of implementing tourism-based policies "Jogja Istimewa" the implementing agents within the Yogyakarta City government do not yet have a sense of belonging to the Jogja Istimewa policy. Even so, in the end, policy implementers adopted a pragmatic-pragmatic orientation based on common interests, so that rebellion as in the practice of pastoral power as in Foucault's imagination became a natural thing to happen in governance in the tourism sector in the city of Yogyakarta.

Keywords: Policy Implementation, Jogja Istimewa, Pastoral Power