

**PENULISAN MEDIA PROMOSI WISATA DALAM BAHASA INDONESIA DAN
BAHASA INGGRIS DI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
PEMERINTAH KOTA SEMARANG**

Penulis

Dr. Ratna Asmarani, M.Ed., M.Hum.

Dra. R.Aj. Atrinawati, M.Hum.

Dosen Jurusan S1 Sastra Inggris FIB UNDIP

Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro

Telp./Faks: (024) 76480619 e-mail: ratna.asmarani17@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini berdasarkan pengabdian masyarakat yang berupa pelatihan penulisan media promosi wisata, khususnya leaflet, kepada staf Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kota Semarang. Diawali dengan mengkaji beberapa leaflet yang diterbitkan oleh Disbudpar Semarang ditemukanlah beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki. Untuk itu diadakan pelatihan bagi para staf yang menangani media promosi wisata. Pelatihan dilakukan dengan menggunakan metode ceramah plus yang dibagi dalam empat langkah: ceramah/presentasi, contoh/demonstrasi, diskusi/tanya jawab, latihan/penerapan. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah perlunya leaflet khusus untuk setiap objek wisata dengan keterangan yang ringkas dan persuasif dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Untuk itu diperlukan pelatihan yang berkelanjutan.

Kata kunci : *penulisan leaflet, Disbudpar Semarang, promosi wisata, objek wisata.*

ABSTRACT

This article is based on a community service in the form of a training on writing tourism promotion media, especially leaflets, to the staff of Culture and Tourism Office of Semarang City Government. Beginning with reviewing some leaflets published by Disbudpar Semarang, some shortcomings are found that need to be revised. For that purpose, a training for the staff who handle tourism promotion media is held. Training is done by using lecture plus method which is divided in four steps: the lecture/presentation, example/demonstration, discussion/question and answer, practice/application. The conclusion that can be drawn is that there is a need for a special leaflet for each tourism object with a brief and persuasive description in bahasa Indonesia and English. This requires continuous training.

Keywords : *writing leaflets, Disbudpar Semarang, tourism promotion, tourism object.*

1. PENDAHULUAN

Semarang adalah kota yang kontur unik tanahnya menjadikan kota Semarang memiliki daerah bawah yang bertepikan pantai dan daerah atas yang berbukit-bukit. Selain kontur tanah yang unik dengan temperatur udara yang relatif berbeda, kota

Semarang juga memiliki tempat-tempat wisata yang unik. Kata "wisata" (*tourism*) tidak dapat dipisahkan dari kata "wisatawan" (*tourist*), seperti terlihat dalam definisi berikut:

Tourism is defined as the activities of persons identified as visitors. A visitor is

someone who is making a visit to a main destination outside his/her usual environment for less than a year for any main purpose [including] holidays, leisure and recreation, business, health, education or other purposes....This scope is much wider than the traditional perception of tourists, which included only those travelling for leisure. [UNWTO statistics Guidelines: 2010 dalam Middleton, 2015).

Tempat-tempat wisata di Semarang berada di bawah pengelolaan pemerintah kota Semarang, khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar), Semarang. Sebagai institusi yang menangani tempat-tempat wisata yang sangat beragam di Semarang, Disbudpar Semarang tidak terlepas dari usaha memajukan dan mempromosikan tempat-tempat wisata tersebut, salah satunya adalah dengan membuat leaflet dalam bahasa Indonesia dan atau bahasa Inggris. Setelah mengkaji promosi wisata dalam bentuk cetak ini dan mempelajari kekurangan dan kelebihan, perlu dilakukan suatu pelatihan untuk menerapkan cara penulisan media promosi wisata cetak yang baik, benar, persuasif, dan promotif terhadap staf Disbudpar Semarang.

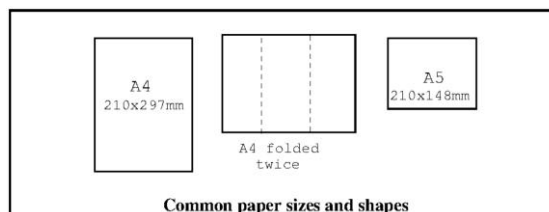
2. MEDIA PROMOSI

Media promosi, menurut Fred Decker (pars. 2-3), dibagi menjadi dua, yaitu Media Promosi Kuno dan Media Promosi Baru. Yang termasuk media promosi kuno adalah media cetak dan radio serta televisi sedangkan media promosi baru melibatkan teknologi canggih. Familiaritas, keberulangan, serta bentuknya yang nyata menjadikan media promosi kuno ini tetap relevan sampai sekarang di tengah arus tajam situs web, blog, aplikasi ponsel, facebook, dan lain-lain.

2.1 Leaflet

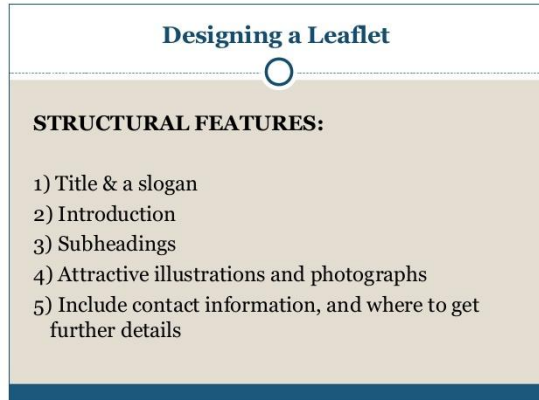
Leaflet meskipun termasuk dalam kategori media promosi kuno menurut Decker, tetap menjadi media promosi yang ampuh karena bentuknya yang nyata, mudah dilihat ulang tanpa menggunakan aplikasi canggih apapun, serta cukup mudah dibawa. Leaflet juga mudah dibagikan ataupun disediakan untuk wisatawan kapanpun diperlukan. Leaflet bahkan bisa menjadi kenang-kenangan indah.

Definisi leaflet adalah sebagai berikut: "a small sheet of paper or a sheet folded into two or more leaves but not stitched, containing printed matter (often advertisements), usu. distributed free of charge" ("More on leaflets, pamphlets and flyers": par. 2). Ciri khas tampilan leaflet adalah berbentuk kertas yang terlipat (-lipat) yang tidak dijilid. Ukuran kertas secara umum adalah A4, namun bisa juga menggunakan kertas dengan ukuran yang berbeda. Tampilan dasar leaflet adalah sebagai berikut:



("6. Writing Leaflets and Brochures. UK and European Edition. Extract": halm. 3).

Abadi dalam *slideshare* nya menyebutkan unsur-unsur dalam suatu leaflet sebagai berikut:



(Abedi, 2013: slide 4)

Usulan Abedi ini sangat cocok untuk mempromosikan satu tempat wisata khusus, bukan untuk mempromosikan beberapa tempat wisata dalam satu leaflet.

2.2 Penulisan Paragraf

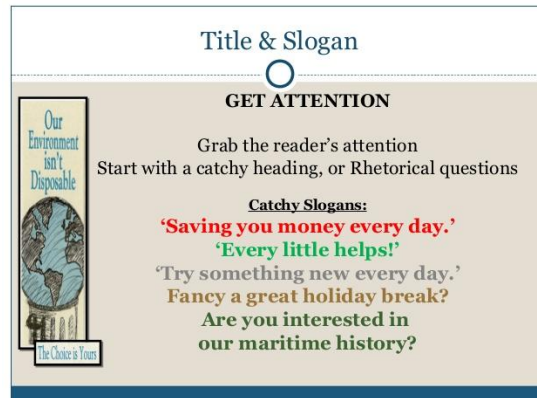
Suatu leaflet untuk promosi wisata yang baik tentunya berisi keterangan tertulis yang jelas, ringkas, namun dalam bahasa yang baik dan benar. Pilihan kata sebaiknya berupa kata-kata yang bersifat persuasif karena tujuannya adalah mengajak dan membujuk pembaca leaflet promosi wisata untuk mendatangi tempat wisata yang dipromosikan.

Abedi (2013) memberikan saran untuk menggunakan bentuk superlatif yang menyaran pada sesuatu "yang paling ..." karena sangat menggoda dan menantang orang untuk membuktikan. Selain itu, ia juga menyarankan untuk menggunakan bentuk imperatif dalam kalimat karena menyiratkan himbauan yang memaksa dengan halus.



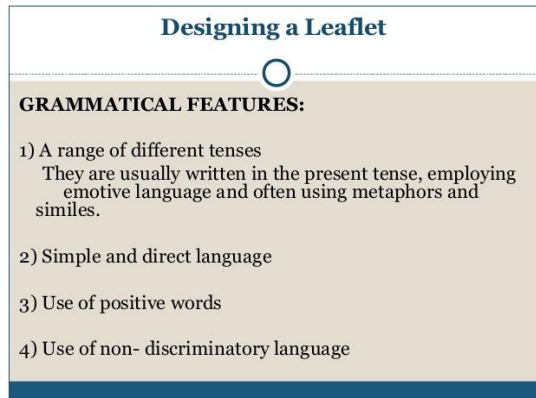
(Abedi, 2013: slide 11)

Untuk judul atau slogan dalam suatu leaflet, Abedi (2013) juga menyarankan untuk memberikan judul/slogan yang "cepat menarik perhatian sekaligus menggoda pembaca leaflet untuk membuktikan kebenarannya".



(Abedi, 2013: slide 5)

Untuk unsur kebahasaan, saran Abedi (2013) juga perlu diperhatikan. Pada dasarnya, Abedi menyarankan penggunaan bahasa yang sederhana namun menggugah emosi yang bisa dalam bentuk gaya bahasa metafor atau simile. Selain itu juga menggunakan kata-kata yang bersifat positif serta tidak diskriminatif.



(Abedi, 2013: slide 10)

Sementara itu, suatu paragraf yang baik memiliki ciri-ciri berikut:

A paragraph has three major structural parts

1. *a topic sentence*
2. *supporting sentences*
3. *a concluding sentence*

The topic sentence states the main idea of the paragraph ... Supporting sentences develop the topic sentence ... The concluding sentence marks the end of the paragraph ... ("The three major structural parts of a paragraph": pars. 1-3)

Dengan demikian, deskripsi tempat wisata dalam bentuk paragraf sebaiknya juga memiliki 3 unsur tersebut tanpa harus terlihat kaku. Paragraf untuk promosi wisata sebaiknya tidak sekedar informatif namun juga persuasif.

3. METODE

Metode pengajaran yang digunakan dalam rangka pelatihan penulisan media promosi wisata, dalam hal ini pembuatan leaflet, adalah mengadaptasi "Metode Ceramah Plus". Metode ini terbagi dalam tiga kelompok kegiatan, yaitu: Metode ceramah plus tanya jawab, Metode ceramah plus diskusi dan tugas, dan Metode ceramah plus demonstrasikan dan latihan ("20 Macam Metode Pembelajaran Lengkap": par. 11). Untuk keperluan pelatihan penulisan

leaflet bagi staf Disbudpar Semarang, metode yang digunakan memiliki 4 langkah kegiatan, yaitu presentasi/ceramah tentang ciri-ciri leaflet yang baik, demonstrasi perbaikan leaflet, diskusi/tanya jawab, dan praktek/latihan pembuatan leaflet.

Pelatihan diikuti oleh 10 orang staf Disbudpar yang berkaitan dengan pembuatan leaflet. Ketua tim pengabdian sekaligus tutor adalah Dr. Ratna Asmarani, M.Ed., M.Hum. Fasilitator Dra. R.Aj.Atrinawati, M.Hum. yang dibantu dua mahasiswa Sastra Inggris. Evaluator Drs. Siswo Harsono, M.Hum. dan Ariya Jati, SS., M.A.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada tiga leaflet yang diperoleh dari Disbudpar Pemkot Semarang yang dijadikan data kajian. Leaflet pertama berjudul "Tour de Semarang Old City". Leaflet kedua berjudul "Wisata Religi". Leaflet ketiga berjudul "Semarang Tourism Map".

Leaflet pertama yang berjudul "Tour de Semarang Old City" ini seluruhnya dalam bahasa Inggris. Dengan ukuran 39 cm x 22,5 cm, leaflet berlipat empat ini secara umum terbagi dalam dua muka. Muka pertama memuat judul, info ringkas tentang kota lama, serta 8 bangunan bersejarah. Dalam setiap objek wisata yang berupa bangunan kuno bersejarah tersebut terdapat nama bangunan, foto bangunan tersebut, serta informasi singkat tentang bangunan historis tersebut. Kedelapan bangunan yang ditampilkan adalah Nilmij, Marba, Netherlands Handel Maatschaappij, Tawang Station, Sri Gunting Park, Blenduk Church, Marabunta, dan De Spiegel. Muka kedua dalam leaflet berjudul "Tour de Semarang Old City" memuat peta buta (tanpa nama jalan) di bagian tengahnya yang dikelilingi oleh 8 bulatan kecil yang memuat potongan bangunan bersejarah yang telah dipaparkan di halaman muka, namun kali ini dilengkapi dengan alamat. Ada anak panah dari setiap bulatan yang menunjuk ke lokasi tertentu dalam peta buta tersebut.

Leaflet kedua yang berjudul "Wisata Religi" ini dalam dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia yang disusul bahasa Inggris. Dengan ukuran sama, 39 cm x 22,5 cm, leaflet yang juga berlipat empat ini memuat 7 tempat wisata religi, yaitu Masjid Agung Jawa Tengah, Gereja Gedangan, Gereja Blendug, Klenteng Sam Po Kong, Pura Agung Giri Natha, Vihara Mahavira, dan Pagoda Avalokitesvara. Informasi di setiap lokasi wisata religi berupa foto serta deskripsi singkat dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

Leaflet ketiga yang berjudul "*Semarang Tourism Map*" ini juga dalam dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia yang disusul bahasa Inggris. Leaflet ini jika dibuka semua lipatannya akan cukup lebar, dengan ukuran 56 cm x 40 cm. Setelah dilipat dua memanjang kemudian lipatan dua memanjang ini dilipat memendek menjadi empat lipatan. Dengan demikian ada dua muka di mana tiap-tiap muka terdiri atas 8 bagian. Delapan bagian pada muka pertama terdiri atas: (1) judul leaflet, (2) wisata alam, (3) khasanah religi, (4) sejarah budaya, (5) surga kuliner, (6) meeting, incentive, conference & exhibition, (7) transportation, (8) akomodasi & informasi. Setiap bagian dilengkapi dengan beberapa foto. Muka kedua tidak terdiri atas 8 bagian yang memuat informasi yang berbeda-beda seperti pada muka pertama. Muka kedua memuat peta kota Semarang lengkap dengan nama-nama jalan dan nama-nama kecamatan di kota Semarang. Pada peta turisme kota Semarang tersebar angka 1 sampai dengan 31. Di sekitar peta secara rapi dan teratur serta berderet dan bersusun ditampilkan 31 objek wisata yang ada di kota Semarang, lengkap dengan foto dan informasi singkat dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris.

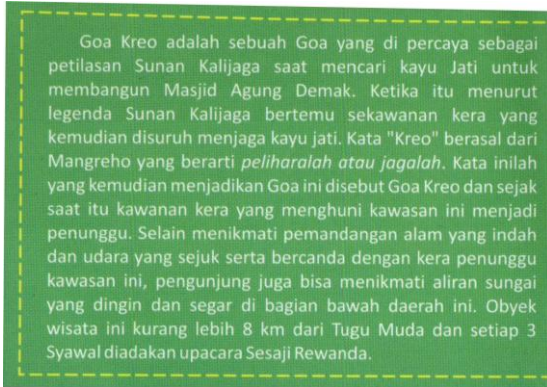
Kajian sekilas terhadap tiga buah leaflet yang didapatkan dari Disbudpar Semarang diperoleh hasil sebagai berikut. Pertama, tidak semua leaflet dalam dua bahasa. Kedua, deskripsi tentang objek wisata hanya bersifat

informatif saja, tidak ada unsur persuasif yang mengajak wisatawan untuk berkunjung. Ketiga, dari 3 leaflet yang jadi data rujukan tidak ada yang khusus tentang satu objek wisata.

Namun ketika tim pengabdian masyarakat berkunjung ke Goa Kreo pada tanggal 3 November 2017, tim memperoleh sebuah leaflet yang khusus tentang Goa Kreo. Pengamatan terhadap leaflet yang khusus tentang Goa Krea mendapatkan temuan sebagai berikut. Pertama, leaflet tersebut sudah dilengkapi dengan foto-foto yang cukup mewakili dan promotif meskipun ada beberapa gambar yang agak buram yang bisa diganti dengan foto-foto yang lebih fokus. Kedua, foto dan tulisan tidak proporsional. Leaflet didominasi oleh berbagai foto. Ketiga, keterangan tertulis yang ada sudah dua bahasa, namun cenderung hanya berisi informasi tentang sejarah Goa Kreo dan versi bahasa Inggrisnya terdapat beberapa kesalahan. Keempat, tidak semua foto diberi keterangan tertulis, walaupun ada, keterangan tertulis tersebut dalam bahasa Indonesia yang tidak persuasif dan promotif.

Berpijak pada temuan atas 3 leaflet yang berupa kumpulan tempat wisata dan 1 leaflet khusus tentang 1 tempat wisata (Goa Kreo), langkah-langkah pelatihan adalah sebagai berikut. Langkah pertama adalah presentasi. Isi presentasi adalah tentang penulisan leaflet yang dimulai dari definisi leaflet, unsur-unsur dalam leaflet yang baik, serta bagaimana membuat kalimat dan paragraf yang tidak sekedar informatif namun juga emotif, persuasif, dan promotif.

Langkah kedua berupa demonstrasi perbaikan leaflet dengan fokus leaflet khusus tentang Goa Kreo. Perbaikan yang pertama berupa perbaikan keterangan tertulis satu paragraf. Inilah paragraf asli dari leaflet:



(Foto dari leaflet Goa Kreo)

Ada beberapa kekurangan dari paragraph ini, yaitu tidak adanya keterangan tentang lokasi Goa Kreo serta kurang menonjolkan keunikannya. Usulan paragraf perbaikan adalah sebagai berikut.

Versi Bahasa Indonesia:

“Objek wisata Goa Kreo Semarang sangatlah unik karena merupakan percampuran antara legenda yang memukau, udara yang sejuk, pemandangan alam waduk Jatibarang yang menawan, serta kera-kera berekor panjang (*Macaca fascicularis*) dengan tingkah polah yang lucu. Letak Goa Kreo tidaklah terlalu jauh, hanya sekitar 13 kilometer dari Tugu Muda Semarang ke arah selatan. Goa Kreo terletak di dusun Talun Kacang, desa Kandri, kecamatan Gunungpati, Semarang. Kata Kreo sendiri berasal kata “*Mangreho/Ngreho*” yang artinya menjaga atau memelihara. Menurut legenda, Sunan Kalijaga diiringi beberapa pengikut sedang mengawal kayu jati yang akan digunakan untuk pembangunan masjid Demak. Ketika rombongan beristirahat di daerah tersebut, beberapa kera dengan bulu putih, kuning, merah, dan hitam ingin membantu mengawal kayu jati tersebut, namun mereka diminta untuk “*Ngreho*” tempat tersebut oleh Sunan Kalijaga. Di area Goa Kreo bisa ditelusuri dua buah gua: Goa Kreo dan Goa Landak. Pengunjung bisa duduk dan bersantai di kursi-kursi yang tersedia, mengambil foto, atau menyusuri waduk Jatibarang dengan speedboat. Setiap tahun, pada 3 Syawal diselenggarakan upacara Rewanda untuk memberikan sesaji

buah-buahan kepada para kera. Jika anda ingin bersantai namun tidak ingin terlalu capek karena perjalanan yang jauh, tempat wisata Goa Kreo adalah pilihan yang tepat di mana masa lalu dan masa kini melebur dalam udara perbukitan yang segar jauh dari kebisingan dan polusi kota.”

Versi bahasa Inggris:

"The tourism object of *Goa Kreo (Kreo Cave)* Semarang is very unique because it is a mixture of a stunning legend, cool air, beautiful scenery of *Jatibarang* reservoir, and long-tailed monkeys (*Macaca fascicularis*) with a funny behavior. The location of *Goa Kreo* is not far away, only about 13 kilometers from *Tugu Muda* Semarang to the south. *Goa Kreo* is located in the hamlet of *Talun Kacang, Kandri* village, *Gunungpati* district, Semarang. The word *Kreo* itself derives the word "*Mangreho/Ngreho*" which means to keep or to guard. According to the legend, *Sunan Kalijaga* accompanied by several followers were escorting teak wood that would be used for the construction of the *Demak* mosque. When the group rested in the area, some monkeys with white, yellow, red, and black fur wanted to help guard the teak, but they were asked to "*Ngreho*" the place by Sunan Kalijaga. Now, two caves can be traced in the area of *Goa Kreo: Goa Kreo (Kreo Cave)* and *Goa Landak (Hedgehog Cave)*. Visitors can sit and relax in the provided seats, take photos, or enjoy the *Jatibarang* reservoir by speedboat. Every year, on the 3rd day of *Syawal* (Javanese Calendar) there is a *Rewanda* ceremony to give offerings of fruits to the monkeys. If you want to relax but do not want to get too tired because of the long journey, *Goa Kreo* tourism object is the right choice where the past and the present times are blended in fresh hilly air away from the city noise and pollution."

Contoh lain untuk memperbaiki leaflet Goa Kreo adalah sebagai berikut



(Foto dari leaflet Goa Kreo)

Keterangan "Jembatan Waduk Jatibarang" bisa dibuat lebih bernuansa promosi dalam dua bahasa sebagai berikut.

Versi Indonesia:

"Jembatan Waduk Jatibarang menghubungkan daratan dusun Talun Kacang dengan area Goa Kreo. Jembatan yang cukup lebar ini cukup unik karena ada patung-patung kera dalam berbagai ekspresi di pagar pengamannya. Jembatan ini sering dijadikan lokasi foto yang akan meninggalkan kenangan indah."

Versi Inggris:

"Jatibarang Reservoir Bridge connects the mainland *Talun Kacang* hamlet to *Goa Kreo* area. This wide enough bridge is quite unique because there are monkey statues in various expressions on the guardrail. This bridge is often used as a photo location that will leave beautiful memories."

Yang dirasakan kurang dari leaflet Goa Kreo ini adalah tidak adanya foto empat kera berbulu putih, kuning, merah, dan hitam padahal mereka bagian penting dari legenda Goa Kreo, seperti contoh berikut.



(Dokumentasi pribadi)

Foto seperti ini perlu ditambahkan dalam leaflet dengan disertai keterangan yang bersifat persuasif dan promotif dalam dua bahasa.

Langkah ketiga dalam pelatihan penulisan media promosi untuk staf Disbudpar Semarang adalah sesi tanya jawab. Pada sesi ini hal-hal yang kurang jelas yang berkaitan dengan penulisan leaflet yang persuasif dan promotif serta proporsional antara keterangan tertulis dan foto bisa ditanyakan dengan bebas. Sesi tanya jawab ini sangat membantu keberhasilan langkah selanjutnya.

Langkah terakhir, yaitu langkah keempat, berupa penerapan atau praktek/latihan membuat leaflet yang baik. Latihan penerapan ini bisa diawali dengan memperbaiki leaflet yang sudah ada, misalnya leaflet Goa Kreo. Untuk awal latihan bisa dengan tulisan terbimbing (*guided writing*), di mana peserta diminta melengkapi keterangan dengan memilih kata-kata yang sudah disediakan. Latihan selanjutnya bisa berupa menulis bebas, misalnya dimulai dengan menuliskan keterangan pendek yang persuasif dan promotif tentang suatu foto. Latihan bisa dilanjutkan dengan menuliskan keterangan yang relatif panjang tentang suatu objek wisata yang berbeda dengan menonjolkan keunikannya dan dikemas dalam bahasa yang persuasif dan promotif serta dalam bentuk paragraf yang persuasif.

Contoh latihan.

Latihan 1 (Tulisan terbimbing/*Guided writing*): Pilihlah kata-kata yang sesuai untuk melengkapi contoh keterangan yang persuasif berikut ini.



(Foto dari leaflet Goa Kreo)

Versi Indonesia:

(Pilihan kata: marah, jinak, licin, rimbun, berdebat, angker, teduh, bersantai)

"Inilah jalan yang menuju ke lokasi Goa Kreo dan Goa Landak. Selain pepohonan yang, kera ekor panjang yang akan menyambut pengunjung yang ingin"

Versi Inggris:

(word choices: angry, tame, slippery, lush, argue, haunted, shady, relax)

"This is a path to the *Kreo* Cave and Hedgehog Cave. Besides the trees, long-tailed monkeys will welcome tourists/visitors who want to"

Latihan 2:

Tulislah deskripsi singkat yang informatif, persuasif, dan promotif tentang foto di bawah ini dalam dua bahasa.



(Foto dari leaflet Goa Kreo)

5. SIMPULAN DAN SARAN

Mengingat bahwa leaflet merupakan salah satu ujung tombak promosi wisata, perlu diadakan pelatihan penulisan leaflet sebagai media promosi wisata, terutama leaflet yang khusus tentang satu objek wisata tertentu dengan dwi bahasa. Antusiasme peserta pelatihan, yaitu staf Disbudpar Kota Semarang, menjadi modal yang sangat berarti untuk mendukung terwujudnya leaflet-leaflet khusus satu objek wisata. Diharapkan leaflet-leaflet tersebut selain dihiasi foto-foto yang menarik juga disertai keterangan yang informatif, persuasif, dan promotif sehingga mengundang pembacanya untuk mengunjungi objek-objek wisata yang unik, indah, dan beragam yang ada di kota Semarang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Pemerintah Kota Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kota Semarang.

- Abedi, Saima. 2013. "Leaflet Writing"
(http://www.slideshare.net/saima_abedi/leaflet-writing-presentation diakses 16 November 2017).
- Decker, Fred. "Old Media Promotion Vs New Media Promotion"
(<http://smallbusiness.chron.com/old-media-promotion-vs-new-media-promotion-41330.html> diakses 18 November 2017).
- Middleton, Victor. 2015. "Tourism Destinations"
(<http://www.tourismsociety.org/page/88/tourism-definitions.htm> diakses 18 November 2017).
- "More on leaflets, pamphlets and flyers"
(<https://www.alhidden.com/leaflet-writing> diakses 16 November 2017).
- "6. Writing Leaflets and Brochures. UK and European Edition. Extract"
(<http://www.inst.org/copy/extract.pdf> diakses 16 November 2017).
- "The three major structural parts of a paragraph"
(<http://users.utu.fi/micnel/Techwriting/techparaparts.htm> diakses 17 November 2017).
- "20 Macam Macam Metode Pembelajaran Lengkap"
(<https://dosenpsikologi.com/macam-macam-metode-pembelajaran> diakses 18 November 2017).
- "*Tour de Semarang Old City*". Leaflet diterbitkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.
- "Wisata Religi". Leaflet diterbitkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.
- "*Semarang Tourism Map*". Leaflet diterbitkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.
- "Wisata Alam Goa Kreo & Waduk Jatibarang Kota Semarang". Leaflet diterbitkan