

# **LAMPIRAN**

## **Transkrip wawancara Dinpar. Kab. Pulau Morotai tanggal 10 januari 2017**

**Dengan Bpk. Arafik M Rahman, S.Pd selaku kassi Promosi**

1. Strategi promosi apa yang dipakai Dinpar. Kab Pulau Morotai?

Jawab: strategi promosi yang kami pakai itu pada umumnya seperti bauran promosi. tetapi strategi yang kami pakai itu ada istilah yang dinamakan *branding, advertising, dan selling* (BAS), *Pade to pade* itu artinya media yang dipakai, Own misal media yang kita pakai sendiri contohnya *website* dan *blogger*, S itu *social media* (POS), dan selanjutnya lokasi pemetaan D yang artinya *destinasi*, O artinya *original* (wisatawan), dan T artinya *time* (DOT). kegiatan promosi ini untuk membuat lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas dengan adanya pulau morotai.

2. Bagaimana proses kegiatan promosi berlangsung?

Jawab: proses kegiatan promosi ini sebenarnya sama halnya dengan yang dijalankan pada kegiatan promosi pada umumnya, hanya saja sebagian instansi mempunyai istilah tersendiri sehingga menimbulkan kesan kreatif. Proses menjalankan promosi ini dengan menggunakan media-media promosi yang dijalankan seperti *advertising, event, public relations* selain itu juga adanya kerja sama antara pemprov dan pusat”.

3. Mengapa

Jawab: dengan adanya istilah promosi yang dipakai guna untuk lebih menstruktur perencanaan promosi yang dijalankan agar promosi yang dijalankan lebih terarah sehingga mendapatkan hasil yang efektif”.

4. Apa perencanaan promosi Dinpar. Kab Pulau Morotai dalam praktik operasionalnya?

Jawab: dalam perencanaan promosi itu terdapat urusan bangun membangun itu sangat penting, dengan adanya komitmen yang dibangun diseluruh pihak untuk membangun kepariwisataan di Pulau Morotai. Oleh sebab itu inisiasi Dinpar Kab. Pulau Morotai sendiri dengan mengadakan pembentukan kelompok kerja lokal pariwisata (KKLP).

5. Mengapa adanya KKLP dalam perencanaan promosi?

Jawab: KKLP atau kelompok kerja lokal pariwisata yang berasal dari msyarakat lokal sendiri. KKLP ini dibentuk pemerintah daerah untuk turut membantu menjaga dan melestarikan daerah wisata yang ada di tempat-tempat wisata tersebut”.

6. Bagaimana cara mengetahui target sasaran yang dicapai?

Jawab: caranya kami menganalisis kembali dengan melihat kembali tujuan yang ingin dicapai bawa untuk memperkenalkan pulau morotai dalam hal ini kami tidak ada cara khusus untuk mengidentifikasi target sasaran yang kami lakukan dengan cara umum yaitu mencakup semua kalangan, kami juga berkeja sama dengan perhotelan dan homestay agar kami bisa

mengetahui berapa banyak kunjungan wisatawan yang berkunjung ke pulau morotai, dari situ kami mengambil kesimpulan bahwa tidak ada secara spesifik untuk wisatawan, semuanya kami cakup baik domestik maupun mancanegara.

7. Apakah penting dalam suatu promosi dilakukan tujuan komunikasi?

Jawab: melakukan tujuan komunikasi terhadap suatu promosi itu sangatlah penting. Sehingga dengan adanya bauran promosi kami memakai strategi bauran promosi untuk menciptakan ketertarikan terhadap wisatawan untuk berkunjung”.

8. Bagaimana Dinpar. Kab harus melakukan tujuan komunikasi?

Jawab: adanya tujuan komunikasi ini artinya kita bisa mengetahui ketertarikan wisatawan yang berkunjung dipulau morotai dengan angka kunjungan wisatawan yang berkunjung”.

9. Apakah preancangan pesan sangat penting dalam menarik wisatawan?

Jawab: Pemilihan dari sebuah *tagline* sangat mempengaruhi pandangan orang terhadap sebuah kegiatan yang dilakukan sebuah instansi atau perusahaan. Seperti pada kegiatan *event* Wonderful Morotai yang memiliki *tagline* “*Menuju Destinasi Wisata Kelas Dunia*” dimana dalam *tagline* tersebut mencerminkan bahwasannya masyarakat indonesia memiliki tempat wisata yang bertaraf dunia sehingga bisa bersaing diranah internasional.

10. Mengapa komunikasi *word of mouth* dipakai oleh Dinpar. Kab. Pulau Morotai?

Jawab: langkah ini kami lakukan agar promosi yang dilakukan tidak hanya berupa media internet dan media elektronik saja, promosi dari mulut ke mulut cukup efektif karena masyarakat lokal dan non lokal juga mengetahui pulau morotai”.

11. Apasaja komunikasi non personal yang dipakai Dinpar. Kab. Pulau Morotai?

Jawab: kegiatan promosi yang kami lakukan juga dengan menggunakan promosi periklanan media cetak dan media internet, kami juga bekerja sama dengan beberapa televisi lokal seperti tvri ternate dan gamalama tv sedangkan televisi nasional kami pakai metrotv, global tv, tvone. Kegiatan promosi public relation sendiri kami lakukan di daerah-daerah wisata seperti bali kegiatan ini kami lakukan ketika kami mengadakan festival berskala besar (nasional)”.

12. Apakah anggaran yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan promosi?

Jawab: anggaran yang dikeluarkan dalam setiap pengeluaran, setiap pengeluaran anggaran disesuaikan dengan promosi yang dilakukan. Untuk nominalnya kami tidak ada transparansi. Sekiranya anggaran yang dikeluarkan untuk promosi tergantung harga pasar”.

13. Seberapa efektif strategi promosi yang dilakukan Dinpar. Kab. Pulau Morotai?

Jawab: mensukseskan suatu tujuan Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai memanfaatkan strategi promosi dari bauran promosi. Bauran promosi yang dilakukan disesuaikan dengan tujuan pesan yang disampaikan dan anggaran.

14. Bagaimana Dinapr. Kab. Pulau Morotai mengetahui hasil promosi yang dilaksanakan?

Jawab: dalam mengukur hasil promosi yang dilakukan, kami melihat pada jumlah kunjungan wisatawan yang datang di pulau morotai. Dari jumlah pengunjung kami bisa mengetahui seberapa besar kepedulian, ketertarikan, dan minat wisatawan terhadap objek-objek wisata yang ada di pulau morotai.

15. Selain brosur media promosi luar ruang apasaja yang dipakai?

Jawab:

“media promosi yang kami pakai salah satunya juga baliho. Kami menggunakan baliho sebagai sarana promosi untuk lebih banyak diketahui oleh masyarakat luas baik didalam daerah maupun diluar daerah, sehingga masyarakat mengetahui adanya suatu kegiatan yang dilakukan di pulau morotai atau adanya tempat wisata yang menarik yang terdapat dipulau morotai sehingga masyarakat lebih mengetahui, tertarik, dan lebih inisiatif untuk mencari informasi tentang pulau morotai.

16. Media cetak apasajakah yang dipakai Dinpar. Kabu. Pulau Morotai?

Jawab: kami juga melakukan promosi melalui majalah, kami memakai *Magazine* untuk lebih memperluas promosi pulau morotai yang kami lakukan.

17. Selain media cetak, media elektronik apakah yang dipakai Dinpar. Kab. Pulau Morotai?

Jawab: kami juga melakukan promosi menggunakan media elektronik seperti televisi karena media elektronik ini sangat efektif dalam mempromosikan morotai.

18. Mengapa promosi event sangat diperlukan dalam melakukan suatu promosi?

Jawab: salah satu promosi yang kami lakukan dalam promosi pariwisata pulau morotai dengan mengadakan event, sehingga dengan adanya event potensi kunjungan wisatawan di pulau morotai lebih cenderung banyak. Hal ini lebih mempermudah wisatawan untuk mengetahui pulau morotai. Kami mengadakan beberapa festival di pulau morotai yaitu sail morotai, festival morotai, fishing mancing morotai, dan wonderful morotai.

**Transkrip wawancara Dinpar. Kab. Pulau Morotaitanggal 13 januari  
2017 dengan Ibu Fatmawati, SS selaku Kabid Promosi dan  
Pemasaran**

1. Bagaimana kinerja KKLP itu sendiri?

Jawab: proses kinerja KKLP sendiri dengan memantau keadaan lokasi tempat wisata setelah itu evaluasi kinerja sendiri dilakukan setiap sebulan sekali dengan melaporkan hasil kerja kepada pihak yang terkait.

2. Siapa saja terget Dinpar. Kab Morotai dalam menarik kunjungan wisatawan?

Jawab: untuk sasaran dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai itu mencakup dari semua kalangan mulai dari wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara entah kelas menengah keatas maupun menengah kebawah.

3. Mengapa tidak ada spesifikasi dalam sasaran audiens?

Jawab: sasaran yang kami lakukan itu tidak ada yang lebih dominan ke orang berada ataupun tidak berada, yang kami lakukan itu untuk semua kalangan, agar semuanya bisa menikmati keindahan pulau morotai sendiri

4. Apakah penting dalam suatu peomosi dilakukan tujuan komunikasi?

Jawab: menentukan tujuan komunikasi dalam strategi promosi sangatlah penting. Adanya tujuan komunikasi yang kami bangun supaya calon - calon wisatawan menyadari akan adanya pulau morotai sehingga mereka tertarik untuk mengunjungi pulau morotai.

5. Bagaimana proses Dinpar. Kab. Pulau Morotai dalam merancang pesan agar wisatawan tertarik mengunjungi pulau morotai?

Jawab: Kami melakukan strategi promosi dengan mengadakan promosi *Event Wonderful Morotai* dengan *tagline* “*Menuju Destinasi Wisata Kelas Dunia*” dimana dalam kalimat tersebut menggambarkan pesan yang disampaikan Dinas Pariwisata kabupaten Pulau Morotai kepada audiens agar berkunjung di Pulau Morotai bukan dalam hal menikmati pemandangan pantainya saja akan tetapi wisatawan yang berkunjung dan mengikuti *event* tersebut bisa mempunyai pengetahuan sejarah dan budaya yang terdapat di Pulau Morotai.

6. Mengapa preancangan pesan sangat penting dalam menarik wisatawan?

Jawab: dengan melakukan perancangan pesan artinya masyarakat bisa mengetahui, mengingat, adanya minat kunjungan sehingga berkunjung itu menjadi suatu keberhasilan yang diraih.

7. Saluran komunikasi personal apakah yang dipakai Dinpar. Kab. Pulau Morotai dalam memberikan informasi kepada audiens?

Jawab: kami melakukan berbagai macam kegiatan promosi salah satunya kegiatan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini kami lakukan agar masyarakat lokal lebih mudah mengetahui kegiatan yang diselenggarakan daripada masyarakat di luar daerah.

8. Bagaimana mendapatkan anggaran untuk melakukan promosi?

Jawab: berbicara mengenai anggaran kami melakukankerja sama antara provinsi dan pusat agar kami mendapatkan anggaran yang cukup untuk

mempromosikan pulau morotai. Biasanya kami menekankan anggaran seminimal mungkin dengan mendapatkan *profit* yang lebih bagus.

9. Bagaimana menentukan sebuah bauran promosi Dinpar. Kab. Pulau Morotai?

Jawab: yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai dalam menentukan bauran promosi sesuai dengan anggaran yang ada sehingga kami bisa melakukan aktifitas promosi yang berjalan sesuai dengan tujuan yang ditargetkan.

10. Mengapa adanya pengukuran hasil promosi Dinpar. Kab. Pulau Morotai?

Jawab: mengukur hasil dari suatu kegiatan promosi itu sangatlah penting. Dengan adanya mengukur suatu hasil-hasil kegiatan maka sangatlah efisien bagi kita untuk mengetahui minat masyarakat untuk berkunjung di pulau morotai.

11. Bagaimana proses promosi melalui brosur?

Jawab: proses percetakan brosur dilakukan oleh staf-staf dibagian promosi. Kami mendapat informasi bahwa biasanya brosur dicetak kurang lebih 1000 samapi 2000 eksemplar. Kegiatan penyebaran brosur inidilakukan ketika kami mengadakan *event* atau festival.

12. Media cetak apasajakah yang dipakai Dinpar. Kabu. Pulau Morotai?

Jawab: salah satu media promosi yang dipakai untuk mempromosikan pulau morotai yaitu koran. Adapun yang koran yang dipakai Malut Post, Ternate Post, Radar Halmahera, Kompas.

13. Apakah media internet sangat efektif dalam mempromosikan pulau morotai?

Jawab: kami juga menggunakan internet sebagai media promosi yang kami lakukan. Sangat efektif sekali apabila mempromosikan melalui internet karena kita bisa menampilkan tempat-tempat wisata yang ada di pulau morotai sehingga bukan hanya masyarakat domestik saja yang bisa mengakses tentang keberadaan pulau morotai bahkan sampai kemancanegara.

14. Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan Dinpar. Kab. Pulau Morotai melalui public relations?

Jawab: kegiatan promosi yang kami pakai juga *public relation*, dengan menggunakan promosi ini kekuatan untuk menambah kepercayaan audiens akan menjadi semakin kuat, bentuk promosinya sendiri kami melakukan *workshop* untuk mempromosikan pulau morotai.

15. Event apasajakan yang sudah diselenggarakan dipulau morotai?

Jawab: event-event yang sudah diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai sendiri yaitu sail morotai, festival morotai, wonderful morotai, festival dodola, dan festival mancing morotai.