

LAMPIRAN

TRANSKIP WAWANCARA

A. Pertanyaan untuk Pemerintah Kota Tanjungpinang

1. Apakah Pemerintah Kota Tanjungpinang menggunakan strategi komunikasi dalam melakukan *city branding* (promosi kota)?
2. Apa tujuan Pemerintah Kota Tanjungpinang menerapkan strategi dalam mempromosikan kota (*city branding*) melalui slogan Kota Gurindam Negeri Pantun yang dilaksanakan Pemerintah Kota Tanjungpinang?
3. Bagaimana tahap penerapan rencana strategi *city branding* yang dilakukan Pemerintah Kota Tanjungpinang melalui slogan Kota Gurindam Negeri Pantun?
4. Bagaimana Pemerintah Kota Tanjungpinang dalam menganalisis situasi?
5. Bagaimana Pemerintah Kota Tanjungpinang dalam mengenal khalayak sasaran?
6. Bagaimana Pemerintah Kota Tanjungpinang dalam menentukan pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat?
7. Bagaimana Pemerintah Kota Tanjungpinang dalam memilih media komunikasi? (media slogan)
8. Bagaimana melaksanakan strategi *city branding* melalui komunikasi langsung (tatap muka) seperti berpidato?

9. Bagaimana Pemerintah Kota Tanjungpinang dalam menentukan anggaran untuk melakukan *city branding* melalui implementasi Slogan Kota ini?
10. Apakah pemerintah menggunakan evaluasi dalam menentukan program *city branding*? Bagaimana Pemerintah Kota Tanjungpinang dalam mengevaluasi? Bagaimana tahap evaluasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Tanjungpinang dalam promosi kota melalui penerapan slogan Kota Gurindam Negeri Pantun ini?
11. Bagaimana efek yang diharapkan Pemerintah Kota Tanjungpinang dalam mengkomunikasikan implementasi dari slogan?
12. Apakah menurut anda implementasi Slogan Kota Gurindam Negeri Pantun tersebut sudah efektif? Apa manfaat yang diperoleh? Apakah ada kendala?
13. Melalui media apa sajakah implementasi slogan Kota Gurindam Negeri Pantun dikomunikasikan kepada masyarakat? Apa alasan Pemerintah Kota Tanjungpinang menggunakan media tersebut? Apakah sudah efektif? Apa manfaat yang diperoleh? Apakah ada kendala dalam menggunakan media tersebut?
14. Apakah slogan Kota Gurindam Negeri Pantun sudah menggambarkan sebuah karakter, dan dapat menginspirasi orang untuk datang ke Tanjungpinang?

15. Apakah slogan kota Gurindam Negeri Pantun sudah menggambarkan sebuah sejarah yang menyenangkan dan mudah diingat oleh masyarakat dalam melakukan *city branding*?
16. Apakah slogan kota Gurindam Negeri Pantun merupakan hal yang unik dan berbeda dengan kota-kota lain?

Pertanyaan untuk masyarakat Kota Tanjungpinang

1. Apakah anda mengetahui mengenai slogan Kota Gurindam Negeri Pantun?
2. Bagaimana tanggapan anda tentang upaya mengenai promosi kota Tanjungpinang melalui penerapan slogan Kota Gurindam Negeri Pantun?
3. Program pemerintah apa saja yang anda ketahui yang selaras dengan slogan Kota Gurindam Negeri Pantun?
4. Apakah menurut anda strategi komunikasi pemerintah kota Tanjungpinang untuk promosi kota (*city branding*) melalui slogan Kota Gurindam Negeri Pantun ini sudah tepat?
5. Apa dampak yang anda rasakan dari upaya peningkatan citra kota melalui slogan tersebut?

TRANSKIP WAWANCARA

Nama Narasumber : H. Lis Darmansyah SH

Jabatan : Walikota Tanjungpinang 2013-2018

Waktu Wawancara : 15 Februari 2017

Tempat : Dermaga Pulau Penyengat

N: Narasumber

P : Peneliti

P : Apakah pemerintah Kota Tanjungpinang melakukan strategi dalam melakukan city branding?

N : Dari awal kami mencalonkan diri menjadi calon walikota Tanjungpinang, kami menyusun strategi melalui visi misi. Pada misi ke 6 kami yakni mengembangkan potensi pariwisata dan budaya daerah, dari sini lah cikal bakal strategi *city branding* dalam struktur pemerintahan *city branding* ini rancang kembali oleh SKPD terkait.

P : Lalu program yang diusung pemerintah dalam melakukan city branding?

N : Untuk program silahkan diambil di Bappeda Kota Tanjungpinang

TRANSKIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Hj. Suryatati A. Manan

Jabatan : Walikota Tanjungpinang 2003-2012

Waktu Wawancara : 9 Februari 2017

Tempat : Kediaman Ibu Suryatati A. Manan Sei Ladi

N: Narasumber

P : Peneliti

P : Bagaimana bisa tercetus slogan Kota Gurindam Negeri Pantun?

N : Pade pertemuan dengan beberape perwakilan dari negara serumpun, waktu itu kalau tak salah dari Malaysia die bilang die macam tak rele kalau kalau kate negeri pantun itu kite ambek. Karne die bilang sebetulnye pantun itu berasal dari Malaka, die juge memberi pantun (kalau rubuh kota melaka...) itu pantun dari tahun 1511 itulah tande kalau pantun itu berkembang dari die, tapi malah kite yang mengambil menjadi slogan kote kite. Tapi ye pade hakekatnye kite ni same, Melayu kite ni same karne kite pon sekarang serumpun. Saye pernah waktu diundang ke Brunei, diundang untuk bace puisi protokolnye mempersilahkan saye diminta kepada ibu Suryatati A. Manan walikota Tanjungpinang dari Kota Gurindam Negeri Pantun untuk membacakan puisinya. Setelah itu saya dibisiki oleh beberapa tokoh sastrawan dari Indonesia lainye dari jawe, mereka bilang

eh Tanjungpinang ni macam ade negeri sendiri macam tak masok bagian dari Indonesia begitu gurau beliau.

P : Bagaimana proses diambil kata Kota Gurindam Negeri Pantun menjadi slogan kota?

N : Memang menurut saye kata Kota Gurindam Negeri Pantun itu adalah satu padanan yang serasi karne kedue-duenye memang berasal dan terus berkembang di Tanjungpinang sebagai untuk dikenang orang. Kenape kite tak mengambek makanan khas diangkat menjadi branding kota seperti Gonggong, Lakse misalnya karne kalau menurut saye kenape Gurindam dan Pantun atau mengape sastra, karne sastra ini memang dari dulu berkembang dan punye nilai historis dan bise dimasukkan keaspek kekinian. Yang paling utame adelah ingin menunjukkan juge bahwe orang-orang Tanjungpinang itu hebat-hebat, daye pikir orang dan tak sembarang orang bise berpantun merangkai kate-kate yang betul betul bagus punye nilai dan estetika keindahan yang tinggi.

Ya kenapa slogan Kota Gurindam Negeri Pantun diusung sebagai slogan untuk mempromosikan kota, karena pemerintah Kota Tanjungpinang bertujuan untuk mempromosikan kearifan lokal yang telah berkembang sejak zaman dahulu. Kota Tanjungpinang yang merupakan kota asal dimana diusulkan bahasa kesatuan Indonesia yang diangkat dari bahasa Melayu kerajaan yang dulunya berada di Pulau Penyengat. Tak hanya kota ini unggul dibidang struktural bahasanya, namun kota Tanjungpinang juga

terkenal dengan karya-karya sastra yang berkembang dari dulu hingga sekarang.

P : Apa saja upaya pemerintah dalam melakukan promosi slogan Kota Gurindam Negeri Pantun?

N : Kami jugs kemaren melakukan sosialisasi mengenai slogan ini ke Jawa Barat, Banten, dan daerah jawe lainnya kayaknye sambutannya baguslah mereke yang tidak tau pantun tu, lame-lame die mengikut kite jugs bepantun diakhir acara, kite memakai pantun di akhir pidato, die pulak besebok bikin pantun. Sambil ada acara lain juga kami selalu menyempatkan untuk mensosialisasikan slogan ini. Waktu saye mensosialisasikan tak hanye saye sendiri, saye jugs membawe seniman, satrawan, budayawan kota Tanjungpinang. Disitu juga kite mintak mereke tampil dengan gurindam dan pantun hal ini menjadi acara-acara semacam itu semakin semarak.

P : Selain itu bagaimana cara pemerintah Kota Tanjungpinang dalam membranding kota melalui slogan Kota Gurindam Negeri Pantun?

N : Branding slogan ini tak hanye di luar negeri, namun juga didalam negeri. Di Indonesia juga slogan ini disosialisasikan, adelah beberape daerah yang kite dapat lakukan. Yang saye ingat, saye pernah ke Universitas Padjajaran Bandung di Fakultas Budaya dan Sastra, disane mereke jugs menyiapkan acaranya. Pernah jugs di UI fakultas budaya UI yang di depok itu. Mereke senang jugak, mereke jugs dapat tampil jugs kan.

P : Program apa saja yang disusun pemerintah sejalan dengan kota Gurindam Negeri Pantun?

N : Program yang sejalan dengan Slogan Kota Gurindam Negeri Pantun ini karena dia menyangkut kepada sektor dinas. Mereka mengambil dari kata Gurindam dan Pantun ini. Seperti dinas pendidikan, siswa itu sangat unggul jadi dikaitkan dengan membuat lomba berbalas pantun, lomba baca gurindam 12. Kalau pariwisata juga begitu, dinas pariwisata dengan membuat beberapa program diantaranya seperti lomba perahu naga, bahkan orang barat dari eropa orang luar negeri, dia semangat untuk ikut lomba perahu naga, waktu itu alasan dia mereka jauh-jauh dari daerah eropa timur mereka dengan biaya sendiri untuk datang ke Tanjungpinang, jadi mereka juga menyampaikan jika Pemda ada perahu naga bekas atau miniatur perahu naga mereka ingin minta untuk mereka latihan disana dan membuat juga acara ini dinegara mereka. Karena sebelumnya mereka juga sudah membuat dengan jalur panjang berape ratus meter kalau kitekan dengan jalur berputar. Akhirnya kami pada waktu itu menyumbangkan 2 perahu naga untuk mereka, kite buat disitu slogan kota bertuliskan besar-besar. Hingga perahu yang ada tulisan Kota Gurindam Negeri Pantun itu juga terbranding di neraga lain. Jadi mereka mengenalkan perahu naga yang berasal dari kota gurindam negeri pantun ini di eropa timur. Saya melihat juga orang-orang luar itu malah lebih tertarik dengan hal-hal yang bersifat budaya.

P : Namun, program yang ditujukan untuk masyarakat lokal yang sejalan dengan slogan Kota Gurindam Negeri Pantun apa saja yang telah disusun oleh Pemerintah Kota Tanjungpinang?

N : Program untuk orang lokal kite sesuaikan dengan visi misi Tanjungpinang sebagai kota budaya dan wisata, dari visi misi ini slogan dan baru dirancang program-programnye. Untuk program-program mungkin bise diambil dari Bappeda.

P : Apa tujuan pemerintah Kota Tanjungpinang melakukan *city branding*?

N : Tujuan utama menerapkan *city branding* di Kota Tanjungpinang ya pada awalnya disesuaikan dengan visi misi yang kita buat serta juga pada awalnya mau menghilangkan citra buruk Kota Tanjungpinang yang dikenal sebagai kota perdagangan manusia, dan lain sebagainya itu membuat telinga panas, karna itu lah kita mau memperbaiki *image* Kota Tanjungpinang yang buruk itu kite rubah mencitrakan Tanjungpinang lebeh baik lagi. Kite mau mengenalkan Tanjungpinang sebagai kote wisata, kote Budaye. *City branding* ini juge bertujuan untuk orang yang tinggal di Tanjungpinang bukan hanye penduduk asli, namun orang pendatang yang baru atau yang sudah lame menetap di Tanjungpinang juga memiliki rasa cinta oleh tanah ini, rasa cinta dan rasa memiliki tentunnye. Menampilkan *image* baru Kota Tanjungpinang dengan slogan yang baru yakni Kota Gurindam Negeri Pantun ini melingkup pada filosofi sejarah yang panjang dengan kini mengenalkan sastra-sastra kite

yang berkembang dari dulu hingga kini. Kita juga memanfaatkan name Raja Ali Haji yang terkenal diseluruh dunia sebagai pembrandingan kota.

P : Media apa saja yang digunakan pemerintah Kota Tanjungpinang untuk melakukan *city branding* melalui slogan Kota Gurindam Negeri Pantun?

N : Mengenalkan slogan melalui media publikasi salah satunya kemaren di bundaran tepi laut dengan tulisan besar Kota Gurindam Negeri Pantun dengan gurindam 12 juga tercantum. Juga cendramata untuk tamu yang berkunjung di Tanjungpinang kami selalu memberikan cendramata berupa buku dalam satu paket cendramata terdapat 2 buku yang ditulis oleh budayawan asal tanjungpinang yang berisikan tentang buku Tafsir Gurindam 12 dan buku pantun.

Pantun sosialisasi program pemerintah itu ditulis pada baliho atau kain rentang yang ditempatkan di tempat-tempat strategis seperti di pinggir jalan-jalan utama, di pusat perbelanjaan, di pusat-pusat keramaian masyarakat, dan hotel-hotel. Pendek kata, begitu sampai di Kota Tanjungpinang, orang sudah disambut dengan ucapan selamat datang dalam bentuk pantun yang ditulis dalam ukuran besar dan sedap dipandang. Kegiatan itu juga dilakukan untuk menyosialisasikan sastra Melayu, Gurindam Dua Belas misalnya, yang ditulis secara indah dan menarik dan ditempatkan di tempat-tempat strategis

P : Lalu bagaimana jika dibandingkan dengan slogan yang ramai bermunculan saat ini?

N : Jika membandingkan dengan slogan yang sekarang contoh Tanjungpinang Kampung Kite tak ada filosofi penguat untuk membranding Tanjungpinang dengan citra yang lebih baik. Hanya ada uncur kekinian mengajak masyarakat untuk ada rasa memiliki dengan kote kite ini, namut tak seperti slogan Kota Gurindan Negeri Pantun yang sarat dengan makna dan menyimpulkan sebuah sejarah.

P : Kendala apa yang terdapat dalam upaya *city branding* yang dilakukan pemerintah Kota Tanjungpinang?

N : Kami tidak bisa mengatur mengenai pembangunan atau peningkatan pelayanan atau mengenai infrastruktur transportasi dan pelabuhan yang dipegang oleh PT. Pelindo. Dalam mengajukan kerjasama sudah beberapa kali kami ajukan tak hanya menggandeng pihak swasta untuk peningkatan infrastruktur transpostasi laut pada khususnya. Namun seperti bisa dilihat, pelabuhan dan kapal dari dulu sampai sekarang tidak ada perubahan

TRANSKIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Rendra Setyadiharja S.IP, M.IP

**Jabatan : Dosen Ilmu Pemerintahan STISIPOL Tanjungpiang
dan Budayawan Kota Tanjungpiang**

Waktu Wawancara : 9 Februari 2017

Tempat : Kedai Kopi Puisi Biru

N: Narasumber

P : Peneliti

P : Bagaimana awal mula terbentuknya slogan Kota Gurindam Negeri Pantun?

N : Awalnya itu Tanjungpinang Kota Gurindam Negeri Pantun dicetus atas dasar inisiasi Bu Suryatati A. Mana momentum perubahan itu diikuti Perhelatan Melayu Serumpun di Jakarta tanggal 27-29 april 2008 jadi penyelenggarannya waktu itu adalah Yayasan Panggung Melayu dibawah asuhan asrizal nur namun inisiatorny tau yng memegang programnya adalah pemerintah kota Tanjungpinang.

P : Program apa saja yang disusun pemerintah sejalan dengan kota Gurindam Negeri Pantun?

N : Momentum bahwa membuktikan bahwa Tanjungpinang merupakan Kota Gurindam Negeri Pantun yakni ketika ibu Surytati A. Manan mencabar

untuk apakah Tanjungpinang ini bisa memecahkan rekor muri berbalas pantun terlama jadi begitu cerita awalnya pada tahun 2008, tepatnya pada tanggal 28 April 2008 kebetulan salah satu pelakunya itu saya. Jadi ada 6 orang pemantun Tanjungpinang yang kemudian berpantun selama 6 jam tanpa henti. Jadi memecahkan rekor berbalas pantun terlama selama 6 jam di Taman Ismail Marzuki Jakarta dan salah satu pemantunnya saya. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Tanjungpinang memiliki bakat-bakat pemantun dan membuktikan juga bahwa pantun itu berasal dari Tanjungpinang. Dan juga Tanjungpinang juga merupakan kota dalam pemerintahannya mengembangkan pantun. Itulah satu bukti nyata dan awal tercetusnya Tanjungpinang Kota Gurindam Negeri Pantun setelah itu baru ditabalkanlah slogan Kota Gurindam Negeri Pantun tersebut ha itu sejarahnya.

Dan setelah itu diikuti oleh kebijakan-kebijakan pemerintah adanya lomba berbalas pantun baik dari tingkat SD sampai ke tingkat perguruan tinggi. Ada lomba berbalas pantun, dulu lomba berbalas pantun masuk kedalam Gawai Seni. Sebelumnya lomba berbalas pantun ini sudah dimulai sejak tahun 2005. Tahun 2005 sampai tahun 2008 itu adalah proses yang membuktikan bahwa pantun itu berkembang di Tanjungpinang oleh sebab itu kota Tanjungpinang digagas slogannya Kota Gurindam Negeri Pantun.

P : Tadi kita berbicara mengenai sejarah bagaimana Tanjungpinang tercetus sebagai Negeri Pantun, lalu bagaimana transisi perubahan dari slogan kota Gurindam yang bermakna (Gigih Unggul Rindam Indah Nyaman Damai

Aman Manusiawi) menjadi Kota Gurindam Negeri Pantun, kata Gurindam dalam transisi ini masih mengambil makna awalnya atau sudah kepada makna asli Gurindam sebagai karya sastra.

N : Sependek pengetahuan saya, telah lahir terlebih dahulu slogan kota Gurindam itu pada tahun 2003 ketika saya SMA kelas 2. Pemerintah kota Tanjungpinang membuat sayembara dan saya ikut dalam sayembara itu tapi saya tak menang, slogan Kota Gurindam itu tak tau siapa yang menangkan. Pada tahun 2003 itu slogan Tanjungpinang kota Gurindam itu mengganti dari slogan Tanjungpinang kota Bestari ketika masih menjadi kabupaten Kepulauan Riau. Kemudian ketika menjadi ibukota provinsi Kepulauan Riau, pemerintah ingin membuat slogan untuk kota Tanjungpinang lalu disayembarakan.

Slogan Kota Gurindam ini pada awalnya memang sebuah singkatan namun selain iyanya merupakan singkatan ia juga merupakan suatu karya sastra yang memang berasal dari kota Tanjungpinang. Karna secara nyata pun karya Gurindam 12 itu berasal dari Pulau Penyengat Tanjungpinang. Jika orang menafsirkan slogan Kota Gurindam itu secara harfiah adalah sebuah karya sastra memang tidak menjadi masalah. Namun pemerintah mamaknai Gurindam itu sebagai singkatan. Jadi secara umum kata Gurindam pada slogan ini ada 2 maknanya.

P : Mengapa kota Gurindam negeri pantun ini diangkat menjadi slogan?

N : Dan mengapa kota Gurindam negeri pantun ini diangkat menjadi slogan, karna kedua sastra ini memnag awalnya berasal dan berkembang di kota Tanjungpinang. Namun juga slogan Kota Gurindam Negeri Pantun ini perlu di legitimasi dan juga beberapa seniman menganggap ini perlu ditambahkan lagi lalu tercetuslah kampung syair, kota gurindam negeri pantun namun kata kampung syair tadi tidak terlegitimasi tetapi untuk orang menyebut saja boleh lah namun yang terlegitimasi hanya Kota Gurindam Negeri Pantun.

P : Jike dikaitkan dengan slogan KGNP yang tercetus pada zaman kepemimpinannya buk tatik, jike di sangkut pautkan ke masa kepemimpinannya pak lis ini bagaimane?

N : Secara legalnya setiap kabupaten kota itu memiliki nama atau slogan yang diperdakan, sejatinya samapai sekarang ye yang dipakai masih kota Gurindam. Walaupun ada embel-embel penambahan negeri pantun, namun perdanya adalah kota Gurindam. Namun tereduksinya kata Gurindam ditengah masyarakat dengan munculnya slogan-sologan baru seperti Tanjungpinang Bedelau, Tanjungpinang Kampong kite, itu hanye selogan icon pariwisata saje, supaye jadi iconik. Kenape Tanjungpinang Kampong Kite, supaye orang dari mane pon datang mengganggap Tanjungpinang ini kampong dia dan dia akan kembali lagi kekampungnya. Jike Tanjungpinang bedelau itu pengertiannya sama seperti wonderfull Kepri, Wonderfull Indonesia. Jadi itu menggambarkan bahwa satu daerah memiliki ranah pariwisata. Namun itu hanya iconik saja, sejatinya masih

Tanjungpinang Kota Gurindam. Menurut saya kata slogan Gurindam harusnya masih di pakai karena secara kekuatan hukum slogan ini sudah di Perdakan. Walaupun muncul seribu slogan namun slogan Kota Gurindam ini paling kuat secara hukum, dan seharusnya lebih dikenal oleh masyarakat.

P : Lalu bagaimana jika dibandingkan dengan slogan yang ramai bermunculan saat ini?

N : Karena bermunculan slogan-slogan baru jadi slogan Kota Gurindam ini Cuma tereduksi bukan sudah tak terpakai dan hanya agak samar. Orang-orang sedikit melupakan, ini menurut saya tidak boleh dibiarkan, kecuali perda ini ditutup atau diganti dengan yang baru.

P : Kalau menurut abang, dulu dengan slogan KGNP ini citra kota Tanjungpinang lebih baik yang mana jika dibandingkan dengan zaman skrng dengan bermunculannya slogan-slogan baru diluar slogan yang di Perdakan.

N : Kalau saya berpendapat saya lebih kepada slogan Kota Gurindam Negeri Pantun karena terutama di daerah Riau atau Kepulauan Riau roh kesastraannya lebih karena ruhnya yakni ruh kepenulisan dengan dulunya ada penerbitan yakni rusdiah club. Ruh yang diangkat adalah ruh budaya sehingga mengapa lebih ikoniknya slogan kota gurindam negeri pantun karena orang menganggap di kota ini ada seorang tokoh sastra yaitu raja Alihaji itu lebih mengena daripada Tanjung Pinang kampung kita. Gak

jelas kampungnya ni kampung apa... bisa kampung penyamun kampung dia, kampung kita. Sedangkan slogan KGNP ini diangkat dari ruh kesusastraan dan itu lebih cocok.

P : Abang pernah liat metode city branding ini sudah di publikasi ke media mane aje bang?

N : Yang paling besar itu di taman Gurindam di tepi laut , dulu kan tulisannya kota Bestari di sesuaikan dengan slogan kota . Namun, dengan digantikan pula slogan kota maka taman iu juga disesuaikan dengan slogan yang berlaku . tapi, dulu ditahun 2010an namanya Gurindam bukan taman Gurindam. Itulah tulisan yang paling besar namun tulisan yang kecil-kecil itu banyak terdapat di sudut-sudut kota. Namun, slogan kota gurindam negeri pantun terdapat di baliho-baliho dan redaksi-redaksi di tepi-tepi jalan untuk mempromosikan slogan-slogan tersebut. Namun , lebih digalakkan kata kota gurindam sesuai dengan peraturan daerah yg berlaku. Namun , penambahan redaksi negeri pantun hanya penambahan saja. Mempromosikan kata kota gurindam negeri pantun dimedia juga disesuaikan dengan momentum yang ada. Namun, pada publikasi pemerintah dalam website resminya dalam gambaran umum masih terdapat hanya kata gurindam tanpa ada penambahan redaksi negeri pantun.

TRANSKIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Bobby Wira Satya S.STP, M.Si

**Jabatan : Kepala Bagian Humas dan Protokol Kota
Tanjungpinang**

Waktu Wawancara : 3 Februari 2017

**Tempat : Kantor Humas dan Protokol Pemko Tanjungpinang,
Senggarang**

N: Narasumber

P : Peneliti

P : Bagaimana bagian humas membranding slogan Kota Gurindam Negeri Pantun?

N : Dah jadi tradisi pembukaan acara dan teks pidato dilengkapi dengan karya sastra seperti Gurindam Dua Belas, syair, atau yang paling banyak digunakan pantun. Untuk pembukaan acara, biasanya dimulai dengan pembacaan Gurindam Dua Belas, yang dibacakan oleh seniman yang khusus untuk itu. Penempatan petikan sastra dalam pidato dapat terjadi di awal, tengah, dan atau yang paling sering dilakukan di akhir pidato. Siapa pun yang berpidato tak kira pejabat, tokoh masyarakat, panitia, dan sebagainya selalu mengikuti tradisi itu secara taat asas.

P : Bagaimana bagian humas mengemas pantun pada pidato kepala daerah?

N : Tak jarang terjadi, entah karena persoalan yang disampaikan dalam pidato terlalu berat atau sebaliknya remeh, hadirin bersikap negatif ketika menyimak sambutan atau pidato yang dibacakan seperti mengantuk atau bahkan tertidur. Akan tetapi, begitu pembicara berpantun dalam pidatonya itu, yang mengantuk jadi segar kembali dan yang tertidur akan terjaga. Sebagai bentuk apresiasinya, pembicara akan mendapatkan tepuk tangan yang gemuruh. Sambutan atau pidato yang diakhiri dengan pantun pasti mendapat tepukan yang panjang dan hadirin akan merasa terpuaskan.

TRANSKIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Jefrizal

**Jabatan : Staf Bidang Perencanaan Ekonomi dan Kesejahteraan
Rakyat Bappeda**

Waktu Wawancara : 13 Februari 2017

**Tempat : Kantor Bappeda Kota Tanjungpinang, Basuki
Rahmat**

N: Narasumber

P : Peneliti

P : Apa saja yang telah dilakukan pemerintah Kota Tanjungpinang untuk melakukan *city branding*?

N : Pada tahun 2010 kami pernah melakukan penelitian mengenai *city branding* melalui slogan kota gurindam negeri pantun namun ditahun 2015 lagi-lagi kami melakukan *study city branding* awalnya kami ingin mengubah *branding* kota tanjungpinang dengan slogan *inspiring city* namun tokoh-tokoh masyarakat ditanjungpinang menolak dan ingin mempertahankan slogan kota gurindam negeri pantun. Kenapa lebih cocok *inspairing* (Kota Gurindam Negeri Pantun) karena pantun dan gurindam itu muncul dari sebuah inspirasi oleh karena itu tokoh-tokoh menganggap inspirasi yg berkembang ditanjungpinang adalah arti dari slogan yang

sebelumnya yakni (Kota Gurindam Negeri Pantun) oleh karena itu ingin disimpulkan kota tanjungpinang sebagai kota inspirasi

P : Bagaimana cara tim *city branding* ini dalam mensosialisasikan slogan?

N : Pada tahun 2015 dilakukan seminar untuk melaunching slogan baru tersebut namun pada pertemuan itu yang dihadiri oleh seluruh SKPD menolak untuk ditetapkan slogan kota yakni inspiring city menjadi upaya city branding kota tanjungpinang dan forum seminar tersebut memutuskan untuk tetap memakai kata slogan kgnp dan tidak mengubah slogan inspiring city. forum menilai ketika slogan baru di usung slogan kota gurindam akan hilang sedangkan slogan lama yang diusung sudah sangat tepat dan dengan kota tanjungpinang .

P : Bagaimana para SKPD menyikapi program *city branding* ini?

N : Namun , kami berkesimpulan dalam forum itu pemaknaan branding itu masih berbeda-beda. Namun setelah 2 tahun dibuat penelitian mengenai city branding tidak dapat menemui titik temu karena tidak sepemahaman mengenai pemaknaan city branding.

P : Tim city branding ini dilakukan oleh bapeeda pada bidang apa bang?

N : Bidang yang menyusun penelitian mengenai city branding adalah bidang ekonomi dan insprastruktur badan perencanaan pembangunan daerah kota tanjungpinang.

P : City branding ini melingkupi sektor apa aja bang?

N : Segmenting dilakukan kepada tiap sektor yang dipilih berdasarkan analisis jejaring komponen, yaitu Pariwisata Budaya dan Pusaka serta Pariwisata Kuliner

P : Tujuan city branding ini berdasarkan apa bang?

N : Untuk mengetahui profil wisatawan secara detail, dibutuhkan studi yang lebih mendalam. Berdasarkan hasil observasi selama ini, minat wisatawan domestik dan mancanegara berbeda-beda. Wisatawan domestik memiliki minat wisata sejarah, kunjungan dinas pemerintahan dan transit untuk menuju objek wisata ke daerah lain. Wisatawan mancanegara didominasi oleh turis Singapura (71.500 orang) dan Malaysia (13.500 orang) data per 2013. Tujuan dari wisatawan ini di antaranya adalah untuk transit menuju objek wisata (seperti Lagoi Resort), wisata belanja, wisata sejarah

TRANSKIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Drs. Safaruddin S.Sn, M.M

**Jabatan : Kabid Destinasi dan Promosi Wisata Dinas
Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang**

Waktu Wawancara : 10 Februari 2017

**Tempat : Kantor Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang dan
Balai Desa Pulau Penyengat**

N: Narasumber

P : Peneliti

P : Mengapa dinas Pariwisata menggunakan Slogan Kota Gurindan Negeri Pantun dalam mempromosikan kota?

N : Gurindam Dua Belas karya Raja Ali Haji merupakan karya sastra yang pula telah diangkat di kurikulum Nasional. Bahasa dan sastra yang berkembang pada zaman dahulu hingga sekarang menjadikan tolak ukur bagi pemerintah Kota Tanjungpinang dalam terus melestarikan perkembangan sastra di Kota Tanjungpinang, karena sastra merupakan ciri khas masyarakat melayu dalam bersosialisasi maka dari itu pemerintah Kota Tanjungpinang menimbang bahwa aspek bahasa dan sastra yang berkembang ini dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang ingin tahu, mempelajari dan mengaplikasikan bahasa dan sastra yang berkembang di kota Melayu ini.

P : Apa saja program untuk mengenalkan slogan KGNP ini?

N : Kami bekerjasama dengan Dinas Pendidikan kota Tanjungpinang, pemerintah Kota Tanjungpinang merancang program lomba membaca dan cipta karya sastra diantaranya lomba baca Gurindam 12 disitu seperti pembacaan di lomba MTQ, jadi ada pembacaan gurindamnya, arti dan maknanya. Lomba Cerdas Cermat Pantun tingkat SD, SMP, SMA, Umum. Lomba menulis pantun tingkat Guru se Tanjungpinang.

P : Program apa saja yang sejalan dengan city branding melalui penerapan slogan KGNP?

N : Pemerintah sudah mengusung program mengimplementasikan slogan Kota Gurindam Negeri Pantun melalui media yakni dengan mencantumkan nama Gurindam di taman tepi laut yang menjadi sentral atau pusat kota. Dan slogan Kota Gurindam Negeri Pantun juga digunakan pada publikasi pariwisata seperti buku panduan wisata. Dan baliho serta papan Gurindam 12 di sudut sudut tempat wisata kota Tanjungpinang.

FOTO DOKUMENTASI



Sesi wawancara ibu Suryatati A. Manan Walikota Tanjungpinang periode 2003-2012 pada tanggal 9 Februari 2017



Sesi wawancara dengan abang Rendra Setyadiharja S.IP, M.IP, Budayawan Kota Tanjungpinang dan akademisi Dosen IP Stisipol Tanjungpinang



Wawancara dengan bapak Saparuddin S.Sn, MM Kepala Bidang Destinasi dan Promosi
Wisata Dinas Pariwisata Kota Tanjungpinang 2016