

Lampiran 2. Transkrip Hasil Wawancara

TRANSKRIP WAWANCARA 1

Hari/Tanggal : Kamis, 26 April 2018
Tempat/Jam : Kantor Disbudpar Lombok Timur, 09.00 WITA
Interviewer : Trisna Risani Karya (Trisna)
Interviewee : Ahyak Mudin (Ahyak), Kepala Bidang Pengembangan Kapasitas
Topik : Perencanaan *Event* Sembalun Halal *Honeymoon Festival* dalam
Membangun *Brand Image* Halal *Tourism Destination* Lombok.

Kategorisasi Perencanaan Strategis

- Trisna : Selamat pagi, Pak Ahyak.. Ini Trisna datang lagi. Jadi *alhamdulillah* kemarin sudah seminar proposal, dan sudah ACC dosen untuk dilanjutkan penelitiannya. Sekarang sudah bisa *ambil* data di lapangan. Saya mohon izin pak ya untuk dibantu *hehe*..
- Ahyak : *Oh iyaa*.. maaf ya kemarin jadi nunggu dulu karena memang Pak Kadis ke Bandung ada kegiatan di awal April itu. *Gimana* nak Trisna, apa yang diperlukan ini? Silahkan sambil diminum airnya..
- Trisna : Terima kasih.. Mungkin langsung kita mulai saja ya pak, jadi Trisna ingin menanyakan seputar persiapan-persiapan yang sudah dilakukan dalam perencanaan penyelenggaraan *Event* Sembalun Halal *Honeymoon Festival*.
- Ahyak : *Hmm ya*.. *Oke*..
- Trisna : Jadi.. apakah ada keterkaitan acara ini dengan *Brand Image* Halal *Tourism Destination* itu sendiri? Mohon penjelasannya *nggih*..
- Ahyak : *Gini*.. kita kan ibaratnya wakil di sini. Sebagai lembaga pemerintah *yaa* kita punya kewajiban untuk itu. *Gimana* caranya *biar* itu tidak hanya sebatas *brand* yang didapat dari hasil menang lomba. Sudah jadi tanggung jawab kita untuk mengolahnya ke dalam sebuah kegiatan yang melibatkan masyarakat berupa perayaan yang bisa dihadiri orang banyak seperti festival. Makanya kita pilih festival. Kita ingin ini akan menjadi sebuah objek wisata baru yang dapat dinikmati di Lombok. Bisa menjadi ikon pariwisata yang mengharumkan nama Lombok, dan tentunya bisa mensejahterakan orang-orang di sekitar Sembalun. Termasuk pelaku usaha budaya dan seni kerajinan di Sembalun. Kaitannya tentu ada, dengan festival ini harapannya kedepan kita dapat mem-*branding* Sembalun sebagai *Honeymoon Destination* itu sendiri.
- Trisna : Sejauh ini, selain perencanaan *Event* ini, langkah strategis yang sudah dilakukan untuk mendukung Sembalun sebagai Destinasi Halal *Honeymoon* apa saja ya pak?

- Ahyak : Sembalun memang sedang dipersiapkan. Sedang jadi prioritasnya Lombok Timur. Upaya yang sudah dan sedang berlangsung saat ini ialah terletak pada peningkatan kualitas fisik dan tata kelola di sana (Sembalun). Sebagai contoh, setelah berkoordinasi dengan Pemda (PU Lotim), sekarang bisa kita lihat aksesibilitas berupa pelebaran dan perbaikan jalan mulai dilakukan agar *bis-bis* besar bisa naik ke Sembalun. Selain itu pembangunan fasilitas umum seperti jalan setapak, MCK, dan *rest area* juga tengah dibangun.
- Trisna : Lalu pak, melalui festival itu nantinya.. pesan apa yang ingin disampaikan? Dan *brand image* seperti apa *sih* yang ingin dibangun?
- Ahyak : *Brand image* yang sudah pernah kita sepakati ialah tidak jauh dari nama kegiatan sendiri itu nanti “Sembalun *Honeymoon Festival, World’s Best Honeymoon Destination.*” Nah karena Sembalun begitu pas dan potensinya sangat besar, “*Honeymoon destination*” nya ini yang akan kita angkat dan gencarkan lagi *branding*-nya.
- Trisna : Oh jadi begitu.. mohon maaf pak, sebelumnya nama kegiatannya Sembalun Halal *Honeymoon Festival* bukan ya? Ini berarti judul “halal” nya hilang dong? *Gimana tuh? hehe..*
- Ahyak : *Ndak dong..* Judul halal untuk tahap awal *begini* memang tidak menjadi *highlight* dulu karena kita ingin pasarnya nanti secara umum dulu, secara meluas. Tapi tetap konsepnya pasti halal, nanti di *Event* akan kerasa juga pastinya letak halalnya di mana. Dan kita sudah komunikasikan juga dengan pihak Sembalun agar *venue* acara nanti itu harus representatif dengan konsep wisata halal, *yaa* walaupun memang sudah halal. Makanan, tempat ibadah, tempat bersuci, semuanya harus halal.
- Trisna : Oh begitu.. baik.. Oh iya pak, untuk *venue*-nya di mana *yaa* jadinya? Dan kalau boleh tahu apa alasan memilih *venue* tersebut?
- Ahyak : *Yaa* di Sembalun, *kan* Sembalun nya yang mau kita *branding*.. Pemilihan lokasi *ya* tentu saja karena Sembalun memang destinasi prioritas yang ingin kita kenalkan ramah wisatawan halalnya. Sudah halal dari dulu *kok* semuanya di sana.
- Trisna : *Haha* iya.. mohon maaf pak, maksud Trisna tadi, tepatnya di Sembalun bagian mananya ya? *Kan* Sembalun luas, dan mungkin ada hotel atau *homestay* khusus yang dipilih Disbudpar untuk melakukan kegiatan? Karena sepengetahuan Trisna kegiatan akan diadakan lebih dari satu hari ya?
- Ahyak : Kalau *venue* acara kita pilih di Lapangan Sembalun. Sembalun nya yang di Sembalun Lawang, yang *deket* dengan TNGR (Taman Nasional Gunung Rinjani) *deket* Kantor Camat. Kalau *nginepnya* nanti di Hotel Nusantara, sekitar situ *jugak*.
- Trisna : Boleh tahu pak? Kenapa memilih hotel itu? Mungkin ada kriteria atau syarat khusus dalam penentuannya?
- Ahyak : Alasannya.. kalau Hotel Nusantara itu, memang paling representatif kami pikir. Dekat dengan lapangan dan juga aksesnya mudah. Besar juga *sih* tempatnya. Parkirannya juga luas jadi tidak repot untuk kendaraan peserta.

View-nya juga langsung ke Rinjani karena persis di samping kanan Kantor TNGR.

- Trisna : Sudah tersertifikasi halal belum pak hotelnya? *Hehe..*
- Ahyak : Sudah, itu pasti sudah dipikirkan. Kalau di Sembalun walaupun tanpa sertifikasi semua sudah halal *kok*. Makanya menang *hehe..* karena dari nenek moyangnya sudah muslim semua, budaya dan kesehariannya juga sama (sudah secara Islam). Kita juga biasanya *memang ngadain* di sana, ini malahan *Event* kakaknya “Sembalun *Honeymoon*” juga Mei ini semua tamu-tamunya akan di-*drop* ke sana. Rinjani 100 nama *Event* nya.
- Trisna : Itu sejenis *Event* apa pak?
- Ahyak : Rinjani 100 itu *Event* Sembalun yang khusus menawarkan sensasi berlari di area bukit dan Gunung Rinjani. Banyak itu pesertanya, terakhir katanya sampai seribu-an orang pendaftar yang ikut.
- Trisna : *Wah* banyak juga *ya..* kalau untuk hotel tadi pak, ada sistem kerja sama tidak pak? Atau ada *dikasih* diskon *gituu..?*
- Ahyak : *Ya..* kerja sama *gitu..* dari dulu..
- Trisna : Oh iya pak, berarti ini menginap *ya?* Acaranya berlangsung kapan *ya* pak? Dan berapa lama memangnya?
- Ahyak : Setelah diskusikan, kita menentukan bahwa untuk memberikan pengalaman yang baik dan berkesan, satu dua hari itu tidak akan cukup. Maka terpilih lah waktu pada tanggal 5 – 10 September 2018, lima hari *ya..* agar banyak yang bisa wisatawan lakukan di sana (Sembalun). Semakin lama mereka tinggal, harapannya semakin banyak biaya yang mereka keluarkan untuk masyarakat Sembalun yang buka usaha di sana. *Ya..* minimal tinggal di hotel atau *homestay*, beli kain, atau oleh-oleh yang lain.
- Trisna : Kenapa ditentukan tanggal dan waktu tersebut pak?
- Ahyak : September sangat aman cuacanya, tidak hujan lagi jadi tidak perlu khawatir terhadap suhu yang terlalu ekstrem dan longsor. Itu Sembalun *pas* lagi bagus-bagusnya. Untuk tanggal sendiri karena pada tanggal itu memang masih kosong belum ada agenda. Selain itu memang kita *pas* kan dengan hari *weekend*. Biar yang *dateng* ke Sembalun jadi *rame*.
- Trisna : Baik pak, mengerti.. Trisna lanjut *ya* pak ke pertanyaan berikutnya.. *Nah* ini kan memang penelitiannya tentang proses perencanaan, jadi Trisna *pingin* tahu pak, bagaimana latar belakang dan tujuan sehingga ada gagasan untuk *event* ini dibentuk?
- Ahyak : Kalau latar belakang memang karena Presiden RI sendiri punya semangat *ya* dalam hal ini. Ada target yang ingin dikejar sektor Pariwisata Indonesia di tahun 2014 lalu, dan ini masih berjalan sampai 2019. Kita *kan* memang berada pada sektor penyumbang devisa negara ke-empat setelah migas, batu bara, dan kelapa sawit. *Nah* di samping itu, kita sudah memenangkan berbagai kompetisi yang lomba-lomba wisata halal nasional dan internasional itu. Rasanya sangat *mubadzir* ketika tidak kita seriusi. Belum lagi karena Gubernur kan sangat bersemangat dalam hal wisata halal. Ini

- semua kan programnya beliau. Kita di kabupaten ya tinggal ikuti intruksi juga dari disbudpar provinsi, yaa sama-sama bersinergi membranding NTB, khususnya Lombok Timur yang belum seperti Mataram.
- Trisna : *Oh* begitu, lalu pak.. untuk tujuannya sendiri bagaimana? Mungkin ada visi-misi dari kegiatan?
- Ahyak : Kita ada visi-misi nya. Ada juga tujuan secara khusus. Nanti saya kasih, ada di proposalnya. Di sana sudah tertulis jelas, nanti silahkan bisa Trisna pelajari lagi ya.
- Trisna : Baik bapak.. *wah* terima kasih. Kalau ada data yang lain boleh di-*share* ke saya juga *nggih* pak..
- Ahyak : Iya boleh.. ada PPT juga nanti semoga bisa membantu. Apa langsung saya kirim saja, mana sini e-mail kamu.
- Trisna : Terima kasih..
- Ahyak : *Ya..* terus apa lagi sini?
- Trisna : Siapa saja yang terlibat dalam menentukan tujuan tersebut pak? Siapa target pasar dari tujuan yang ditetapkan? Dan alasannya?
- Ahyak : Saya dan Pak Kadis (Mohammad Juhad) sangat terlibat di sini. Karena memang ini yang buat saya, dan selanjutnya dapat persetujuan dari Pak Kadis. Saya juga yang buat proposal pengajuannya. Kita juga dibantu beberapa staf Disbudpar NTB dalam prosesnya. Target pasar kita mau memanfaatkan *database* yang ada, untuk yang domestik dan mancanegara. Domestik nanti fokus ke Pulau Jawa, karena memang yang paling rutin ke Lombok ya mereka. Kalau mancanegara yang jelas Asia Pasifik *ya*. Asean lebih-lebih karena ada kerja sama dalam hal promosi.
- Trisna : Saluran publikasi dan pemasarannya nanti bagaimana pak? Adakah pemetaan media-media yang akan diajak bekerjasama?
- Ahyak : Kalau untuk publikasi kita biasanya minta tolong teman-teman humas pemkot juga, wartawan-wartawan dari semua media lokal akan kita libatkan.. pasti diliput. Untuk yang media nasional kita sudah kerjasama dengan Trans7 dan Kompas. Nah kalau untuk pasar mancanegara kita biasanya pakai *direct marketing* dengan mengirimkan info lewat *database* yang kita punya sebelumnya.
- Trisna : *Material promotions* nya berupa apa saja pak?
- Ahyak : Ya seperti biasa, *material promotions* nya sama saja dengan *Event* yang lain yakni untuk baliho, brosur, dan kalau media butuh *press release*. Kita juga akan memanfaatkan media online untuk penyebarannya. Kita akan pakai Web, IG, Twitter dan FB.
- Trisna : *Wah..* Semuanya ada di bawah tanggung jawab bapak dan Pak Juhad berarti *ya*? Kalau operasionalnya dan semua yang menyangkut teknis bapak juga kah? Karena *kan* pasti akan menyiapkan konsep acara itu sendiri, pemasarannya, *budgeting*, keamanan, kesehatan dan lain-lain sebagainya.
- Ahyak : Oh tidak.. kalau operasional *Event* kita punya tim sendiri. Ada EO (*Event Organizer*) nya yang secara spesialis menangani itu. Kalau kita semua yang

tangani tentu sulit *ya*. Karena banyak keterbatasan. EO secara penuh berkewajiban untuk hal operasional intinya. Kalau kesehatan dan keamanan kita sudah kerjasama. Kesehatan dibantu oleh Dinkes NTB, dan keamanan kita sudah berkoordinasi dengan Polres Lombok Timur.

Trisna : Oh pakai EO pak? EO nya namanya apa pak? Dan kenapa bisa memilih EO itu? Adakah kriteria tertentu?

Ahyak : Pemilihan EO itu kita akan pakai yang biasa, Rudy EO namanya. *Based*-nya di Mataram. Sudah biasa pegang acara Disbudpar. Sejauh ini selalu berhasil *sih*. Orang-orangnya *well organized* dan bisa diandalkan. Mereka sudah tersertifikasi MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Dan kita bisa hemat juga karena dia sudah paham perihal *budget* kita. Kita cari yang penawaran yang paling murah. Misalkan kita anggarkan 1 M, EO *nawarin* 700 (juta), sedangkan yg lain di atas itu. *Nah..* tanggal 3 Mei ini sudah mulai eksekusi *Event* yang Rinjani 100. Itu *Event* besar yang dilaksanakan di Sembalun juga yang kayak saya bilang tadi. Salah satu strategi promo *jugak*. Kita cek ombak di sana nanti untuk dapat peserta Sembalun *Honeymoon Festivalnya*. Kita minta untuk peserta yang berpasangan bisa dikenalkan dan diajak untuk ikut acara *Honeymoon Festivalnya*. Harus ada *database* nya itu.

Trisna : *Wahhh.. asyik* ya pak.. selain tersertifikasi, murah, berarti memang sudah sering kolaborasi jadi pilih EO Rudy tadi? Proses pemilihannya berdasarkan apa lagi ya pak?

Ahyak : Jadi biasanya kita kan sudah punya konsep mau bikin acara yang seperti apa. *Nah* nanti kita kasih ke EO untuk mempelajari dan mengolah itu. Biasanya mereka akan berlomba-lomba buat penjabaran konsep yang unik dan kreatif. Nanti kita pilih yang pengembangan idenya paling baik, dan kita juga pilih yang kasi penawaran harga paling murah.

Trisna : Baik pak.. *nah*, ini kan berarti ada campur tangan pihak luar selaku pihak ketiga. Lalu pembagian *jobdesc* dan perihal wewenang nanti bagaimana ya pak? Maksud saya cara koordinasi nya *gimana* agar tetap sejalan dan tidak keluar dari haluan?

Ahyak : *Mmm* begini, Tujuan dan ide acara tentu kita yang rumuskan, tapi memang dalam pelaksanaan nantinya kan tidak mungkin di-*handle* orang-orang sini. Pasti kurang, keterbatasan jumlah personel. Lagi pula untuk sebuah konsep baru seperti ini, kita butuh yang lebih profesional dan terorganisir untuk mempercepat *kerjaan* juga. Di sini sebenarnya kalau yang perihal operasional dan teknis-teknis lainnya itu memang EO. Tapi kalau kami, di pemerintah sendiri itu peranannya lebih kepada pembuat konsep dan ide. Jadi inisiatornya. Pemerintah juga punya peran untuk mengkonsepkan dan menganggarkan, jadi seperti itu. Kalau masalah koordinasi kita tetap lakukan rapat dengan panitia (EO) dan di sana nanti ketua menyampaikan pencapaian-pencapaian yang sudah didapat apa saja. Setiap dari mereka

- harus mengirimkan progres tertulis secara periodik kepada kami nantinya. Progres dari sana baru bisa kita pantau bersamaan.
- Trisna : Ada SOP nya tidak pak?
- Ahyak : Oh ada. Di SOP itu sudah diatur kalau semua hal dan yang menyangkut keputusan harus melalui saya dan Pak Kadis. Karena kami di sini *Steering Committee* nya.. lebih kepada pengawasan dan penasihat kegiatan. Kalau EO nya kan lebih berperan sebagai *Organizing Committee*, yang jadi eksekutor *Event* ini.
- Trisna : Baik.. Panitia inti sendiri terdiri dari siapa saja pak? Kriteria pemilihannya berdasar pada apa?
- Ahyak : Dalam pemilihan panitia inti, kita memilih terlebih dahulu ketuanya. Ya dari EO yang kita pilih. Nanti ketua yang kita kasi *keluesan* untuk mencari dan mengatur sendiri anggotanya. Yang jelas kita sampaikan harus kompeten dan profesional. Kita (orang-orang Disbudpar) juga harus masuk.
- Trisna : Dalam festival nanti kegiatannya ada apa saja pak?
- Ahyak : Kegiatan nanti ada banyak *ya*, semuanya dilakukan secara berdua, dengan pasangan masing-masing.. Kegiatannya itu mulai dari *Carnaval Costume*, Pameran Potensi Daerah, *Photography Honeymoon Contest*, *Painting Honeymoon Contest*, Atraksi Seni Budaya, *Trekking dan Soft Trekking Honeymoon Contest*, dan *Traditional Attraction Honeymoon Contest*.
- Trisna : Kalau perihal rencana operasional keuangan dan pemasaran *Event* sendiri? Siapa yang bertanggung jawab pak?
- Ahyak : Perihal keuangan dan pemasaran itu tetap tanggung jawab bersama. Kita kolaboratif caranya. Penganggaran tetap ada di tangan kita. Orang-orangnya coba nanti tanyakan langsung saja ya sama EO nya. Nanti saya kasi kontaknya, bilang saja disuruh saya.
- Trisna : Siap.. Total anggaran yang dibutuhkan, mohon maaf kalau boleh saya tahu berapa ya pak? *Hehe* maaf..
- Ahyak : Karena ini acara besar, memang cukup banyak dana yang kita anggarkan. Untuk mengadakan acara berkelas internasional, kita sudah tuliskan di anggaran sekitar 2 M.
- Trisna : Baik pak.. Terima kasih. Oh iya pak, kalau dari segi kompetitor acara, apakah sekiranya ada? Karena berkaitan dengan jumlah peserta nantinya.
- Ahyak : Saya pikir tidak ada ya, karena *Honeymoon Destination* ini benar-benar konsep wisata baru dan hanya Sembalun yang punya. Dan sejauh ini memang saya belum pernah dengar yang lain akan mengadakan acara serupa. Sekalipun ada, saya optimis kita bisa bersaing untuk mendatangkan pasar. Karena Sembalun sendiri punya Rinjani yang pengunjungnya tidak pernah sepi. Bisa kita manfaatkan kesempatan itu.
- Trisna : Untuk perihal legalitas acara sendiri bagaimana ya pak? Nantinya acara ini akan menjadi milik siapa?
- Ahyak : Perihal legalitas, sebentar lagi akan kita ajukan. Semoga segera cepat turun SK dari Gubernurnya. Mungkin *saking* banyaknya (permohonan) yang

masuk ya, jadi yang kabupaten biasa *agak* sedikit lebih lama turunnya. Ya tapi tetap akan terlaksana karena sudah dirumuskan jauh-jauh hari. Lagi pula ini juga program Gubernur yang terus ingin menggencarkan Pariwisata Halal Lombok. Jadi harus kita *support* dengan maksimal.

Trisna : Kalau boleh tahu, maksimal kapan ya SK nya biasanya turun? Dan prosedurnya bagaimana? Lalu dalam hal legalitas nanti yang terlibat biasanya siapa saja ya pak?

Ahyak : Wah SK itu biasanya lumayan lama. Kita biasanya berkoordinasi dengan Disbudpar NTB. Kita tunggu saja karena memang begitu seperti dulu kebijakan dari atas. Biasa nanti ditelpon. Sambil jalan lah.. Perihal siapa saja yang terlibat di sini yaa pemerintahan saja, antara yang di pemprov NTB sama di sini, Disbudpar Lotim.

Trisna : Baik bapak kalau begitu, terima kasih atas waktunya.. Mungkin sementara cukup dulu, nanti mohon bantuannya jika ada data tambahan lagi *nggih*.

Ahyak : Iya sama-sama, silahkan bisa WA saja. Sukses ya.

TRANSKRIP WAWANCARA II

Hari/Tanggal : Kamis, 26 April 2018
Tempat/Jam : Kantor Disbudpar Lombok Timur/11.00 WITA
Interviewer : Trisna Risani Karya (Trisna)
Interviewee : Mohammad Juhad (M. Juhad), Kepala Disbudpar Lombok Timur.
Topik : Perencanaan *Event* Sembalun Halal *Honeymoon Festival* dalam Membangun *Brand Image* Halal *Tourism Destination* Lombok.

Kategorisasi Perencanaan Strategis

- Trisna : Sebelumnya saya ucapkan terima kasih kepada Pak Kadis atas kesediaan waktu dan kesempatannya hari ini. Salam kenal pak, saya Trisna, Mahasiswi Ilmu Komunikasi UMY yang saat ini sedang dalam tahap penelitian untuk kelengkapan penulisan skripsi tentang Perencanaan *Event* Sembalun *Honeymoon Festival*. Sebelumnya saya juga sudah banyak berkoordinasi dengan Bapak Kabid Ahyak. Namun memang ada beberapa informasi yang perlu saya tanyakan ke bapak..
- M. Juhad : Oh baik.. Apa yang bisa dibantu?
- Trisna : Jadi pak, menurut bapak apa keterkaitan antara Sembalun *Honeymoon Festival* ini dengan *Brand Image* Halal *Honeymoon Destination*?
- M. Juhad : Sembalun *Honeymoon Festival* memang diprakarsai karena adanya *branding* yang telah Sembalun dapat melalui kompetisi pariwisata halal di Abu Dhabi pada dua tahun belakangan. Ini upaya yang Disbudpar coba rangkai ya, agar kita bisa benar-benar secara siap menjadi destinasi yang ramah untuk pasangan yang ingin ber-*Honeymoon* di Lombok Timur. Nah ini yang menjadi keterkaitannya, bisa dibidang kita membuat acara ini karena dilatarbelakangi oleh hal itu.
- Trisna : Oh begitu rupanya, berarti ini adalah bentuk tanggung jawab Disbudpar ya pak selaku badan yang berperan dalam mengelola urusan wisata di Lombok Timur?
- M. Juhad : Bukan hanya sebagai bentuk tanggung jawab, namun Sembalun *Honeymoon Festival* ini memang menjadi proker wajib yang harus dijalankan karena ini salah satu langkah yang tepat yang bisa kita tempuh untuk memperkenalkan potensi yang Sembalun punya ke pasar yang lebih luas lagi. Sudah jadi PR (Pekerjaan Rumah) dari dulu.
- Trisna : Kalau boleh tahu, alasan memilih festival dibanding dengan jenis *Event* yang lain kenapa pak?
- M. Juhad : Jika kita coba lihat dari evaluasi kegiatan se-Provinsi NTB, hal yang paling atraktif dan banyak menarik wisatawan untuk datang itu ialah kegiatan wisata yang dapat langsung melihat keindahan alam, kegiatan wisata olah raga, kegiatan wisata yang menyenangkan seperti pertunjukan/hiburan dan kegiatan wisata *Event* budaya. Nah belajar dari ini, kita ingin mengemas

- semuanya ke dalam sebuah *Event* khusus, maka dari itu kami pilih yang berbentuk festival, agar *euforianya* lebih dapat dibangun.
- Trisna : Adakah riset/analisa situasi yang sebelumnya dilakukan pak, sebelum menentukan keputusan untuk merencanakan festival ini?
- M. Juhad : Ini yang berbicara hasil riset langsung *yaa*, jadi Sembalun itu memang masih belum banyak dikenal, padahal seperti yang sudah kita ketahui bersama memang punya potensi yang begitu indah. Tahun 2015 dan 2016 kan menang. Apa saja bisa kita lakukan di sana, namun sayangnya memang belum jadi primadona. *Yaa..* jadi memang akan jadi tantangan besar dan pastinya akan kami prioritaskan untuk lebih dikenalkan ke masyarakat luas. Makanya Sembalun *Honeymoon Festival* ini butuh perencanaan yang matang, biar ada kelanjutan hasil dari prestasinya.
- Trisna : Menurut bapak, sejauh ini kesiapan Sembalun sendiri untuk mengadakan *event* ini sudah sejauh mana pak?
- M. Juhad : Sudah siap saya rasa, memang lagi fokus ke sana. Tahun lalu saya koordinasi dengan pemkot perihal jalan yang rusak, sekarang sudah mulai dilebarin jalannya. Kalau akses sudah bagus, bus-bus besar bisa naik. Semakin mudah kita adakan *event* di sana.
- Trisna : Baik, selanjutnya, saya ingin bertanya perihal perencanaan strategis *Event* tersebut. Sejauh ini, apakah sudah ditentukan tujuannya pak?
- M. Juhad : Oh iya, tujuannya bisa terlihat dari visi – misi kegiatan yang disusun untuk lebih memajukan lagi pariwisata Lombok Timur, khususnya Kecamatan Sembalun. Selama ini, Sembalun hanya menjadi tempat singgah untuk para pendaki yang hendak naik ke Rinjani. Padahal, lebih dari itu, Sembalun punya banyak potensi wisata alam, wisata budaya, dan wisata religi yang bisa sekaligus wisatawan nikmati ketika berkunjung. Atraksi budaya juga menjadi suatu hal yang menarik untuk diperkenalkan. Semuanya nanti kita kemas dalam Sembalun *Honeymoon Festival*, di mana setiap pasangan bisa merasakan keindahan Sembalun yang khas dan ditambah lagi dengan karakter masyarakat muslim yang bersahaja. Semoga dengan ini juga, Sembalun menjadi destinasi yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Lombok.
- Trisna : Siapa saja yang terlibat dalam pembentukan tujuan kegiatan tersebut?
- M. Juhad : Yang terlibat dalam penyusunan tujuan itu salah satunya saya sebagai *Steering Committee* (SC), ada *Mamiq* Ahyak juga yang dari Disbudpar Lotim. Kalau yang dari Mataram (Disbudpar NTB) itu yang termasuk SC dari Divisi Pemasaran, *Mamiq* Haris namanya.
- Trisna : Oh begitu *nggih*, gambaran kepanitiaannya seperti apa ya pak?
- M. Juhad : Kepanitian sendiri itu ada SC dan OC. SC (*Steering Committee*) itu seperti yang saya sampaikan bahwa saya juga termasuk di dalamnya. SC ini yang punya wewenang di sini. Jadi keputusan tentang acara ini nanti melalui hasil rembukan SC. Sedangkan kalau OC itu *Organizing Committee*, orang-orang EO biasanya. Kita kerja sama dengan mereka untuk bantu eksekusi program.

- Trisna : Oh jadi pakai EO ya? Kenapa pakai EO pak?
- M. Juhad : Iya penyelenggaraan acara ini pakai EO, kita di sini sangat paham kapasitas kita seperti apa. Belum lagi perihal urusan waktu dan banyaknya pekerjaan yang mengharuskan ke luar kota dalam jangka waktu yang lumayan sering. Di samping itu memang sumber daya juga belum mumpuni. Jadi kita percayakan dengan menggandeng EO. Tetap akan kolaborasi, kerja sama yang baik nantinya.
- Trisna : Begitu rupanya, baik.. Selanjutnya untuk pembagian tugas antara Disbudpar dan EO nanti bagaimana ya pak?
- M. Juhad : Untuk pembagian tugas, kita yang merencanakan dan menganggarkan. Sudah jadi wewenang. Nanti dari teman-teman EO yang akan merealisasikan rencana yang sudah kita buat. Tetap dipantau juga aktivitasnya.
- Trisna : Aktivitasnya dipantau melalui apa pak?
- M. Juhad : Kita perbanyak saluran komunikasi sama panitia (EO), kita ada buat grup WA untuk laporan dan diskusi ringan, dan ada juga rapat tatap muka minimal 2 kali sebulan. Intinya akan tetap saya monitor walaupun pakai jasa mereka (EO).
- Trisna : Kalau panitia inti sendiri bagaimana pak cara ditentukannya? Apa bapak juga terlibat dalam proses seleksi?
- M. Juhad : Untuk penentuan panitia inti, itu yang urus Pak Ketua, Hendra. Kita percayakan untuk memilih anggota-anggotanya. Mereka handal dalam hal buat *Event*.
- Trisna : Kalau untuk kompetitor acara, sejauh ini menurut bapak bagaimana?
- M. Juhad : Kompetitor untuk ranah NTB sudah pasti tidak ada ya. Karena kan sudah ada di kalender acara jadi tidak mungkin bisa bertabrakan. Lagi pula kan ini *event* benar-benar ide murni dan saya rasa belum ada yang lakukan. Dan lebih-lebih ini memang keunikan yang Sembalun punya, yang daerah lain belum punya juga. Se-Indonesia juga sepertinya belum ada. Ini yang bagus ya, bisa jadi pembedanya Sembalun itu sendiri.
- Trisna : Untuk target market sendiri sebenarnya sasarannya siapa ya pak? Kalau ada yang manca negara, akan difokuskan ke negara mana?
- M. Juhad : Target market dari Sembalun *Honeymoon Festival* ini nantinya tentu ke domestik dan mancanegara. Kita fokuskan ke wisatawan yang secara *track record* sering berkunjung. Kalau wisnus yakni didominasi oleh wilayah Jakarta, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Bali dan wilayah lainnya. Sedangkan kalau wisman, kita targetkan ke Australia, Jerman, Belanda, Inggris, Malaysia, Arab, dll. Bisa kita lihat di sini memang lebih banyak yang dari negara non-muslim, itu salah satu alasan pendukung mengapa kita memilih untuk *branding*-nya "*Honeymoon destination*" dulu, walaupun tanpa meninggalkan makna halal dalam kenyataannya dan keseharian Sembalunnya.
- Trisna : Lalu, untuk saluran promosinya sendiri melalui apa ya pak?

- M. Juhad : Untuk saluran promosi dan pemasaran nanti kita pakai mulai dari yang konvensional sampai yang digital. Sedang kita upayakan untuk *maintenance website* karena sempat bermasalah. Untuk yang digital, akan kita coba mulai sentuh. Tapi yang paling efektif menurut saya adalah dengan brosur yang akan kita bagikan ke *database* Biro Perjalanan dan Pariwisata, Kedutaan Besar dan lain-lain. *Word of mouth* ternyata juga berperan besar selama ini. Sebagian banyak wisatawan datang ke Lombok itu karena dapat cerita dari temannya. Jadi kita juga sudah pasang strategi di *Event Rinjani 100*, untuk wisatawan yang tergabung nanti diberikan informasinya. Harapan kami, melalui *Rinjani 100*, wisatawan harus mendapatkan *good experiences* tentang Sembalun, sehingga dapat diceritakan kembali melalui media personal atau sebatas menceritakan ke teman-teman di daerah asal, bisa membagikan foto-foto Sembalun.
- Trisna : Wah, berarti emang saling berkaitan ya pak setiap *event-event* nya?
- M. Juhad : Iya, semuanya berkaitan. Bagaimana tidak *toh* tujuannya sama, jadi mengapa tidak kalau kita juga belajar dari strategi-strategi sebelumnya. Kan bisa semakin baik persiapannya, karena belajar dari *event-event* serupa di Sembalun.
- Trisna : Baik.. *hehe..* perihal legalitas acara sendiri nanti bagaimana? Dan siapa saja yang terlibat?
- M. Juhad : Kita sedang usahakan SK. Ditunggu saja, kemarin sudah diobrolkan dan tinggal nanti urusannya sama Bapak Gubernur. Regulasinya kita pasti akan segera selesaikan.
- Trisna : Kalau proses penutupan, evaluasi, arsip dan penyerahan legalitas *Event* ini nanti bagaimana ya pak?
- M. Juhad : Untuk proses penutupannya sendiri, tentu akan dilakukan oleh kami selaku panitia. Nanti kalau pembukaan kan pejabat tertinggi, Gubernur bisa jadi. Tapi kalau penutupan dan penyerahan arsip nanti biar kami saja (Disbudpar Kabupaten), karena ini akan menjadi arsip daerah Lotim (Lombok Timur). Kalau evaluasi nanti *bareng-bareng* semua panitia yang terlibat. Biasa tidak jauh dari acara berakhirnya itu.
- Trisna : Perlu tidak pak legalitas dikomunikasikan ke publik?
- M. Juhad : Perihal pengkomunikasian legalitas *Event* saya rasa penting tidak penting sih ya, tapi saya rasa semua wartawan yang hadir pasti akan menyampaikan itu di tulisannya (berita). Secara tidak langsung orang-orang juga akan tahu melalui pemberitaan *Event* ini nanti di media, kalau ini acara secara resmi punya Sembalun, punya Lotim. Ya jadi masuk ke arsip kita di kabupaten. Kan prokernya kabupaten.
- Trisna : Baik kalau begitu bapak, terima kasih banyak *nggih* atas respon baiknya. Ini sangat membantu saya *hehe..*
- M. Juhad : Sama-sama ya..

TRANSKRIP WAWANCARA III

Hari/Tanggal : Kamis, 29 April 2018
Tempat/Jam : Sembalun Lawang/12.00 WITA
Interviewer : Trisna Risani Karya (Trisna)
Interviewee : Rudi, Wakil Ketua Acara (EO)
Topik : Perencanaan *Event* Sembalun Halal *Honeymoon Festival* dalam Membangun *Brand Image* Halal *Tourism Destination* Lombok.

Kategorisasi Perencanaan Operasional

- Trisna : Selamat Siang, Bang Rudi. Sebelumnya perkenalkan saya Trisna bang, Mahasiswi Ilmu Komunikasi UMY yang saat ini tengah penelitian untuk kepentingan penulisan skripsi yang membahas seputar Perencanaan *Event* Sembalun *Honeymoon Festival*. Beberapa hari yang lalu saya bertemu dengan Pak Kadis dan Pak Kabid di Disbudpar Lotim. Dan saya diarahkan ke Bang Rudi untuk menanyakan beberapa informasi tambahan. Begitu, *hehe..*
- Rudi : Siang Mbak Trisna.. senang sekali ada penelitian tentang Sembalun, dan melibatkan kami sebagai salah satu narasumber. *Gimana gimana?* Silahkan..
- Trisna : *Wah* terima kasih sebelumnya bang.. di sini Trisna mungkin akan lebih banyak tanya perihal persiapan operasional dari festivalnya.. jadi, bisa tolong jelaskan posisi Bang Rudi dalam perencanaan *Event* Sembalun *Honeymoon Festival* seperti apa?
- Rudi : Ya.. bisa dibilang yang *urusin* festival ini saya. Jadi *dimintain* tolong sama Disbudpar untuk *bantuin* acara ini, *yaaa* tapi *bantuinnya* dihargai secara profesional gitu *hehe..*
- Trisna : *Widiiii.. asiknyaa, haha.. bener berarti* abang EO nya?
- Rudi : *Wah, endak..* Cuma *bantuin* aja..
- Trisna : *Serius lho* bang, ini Trisna butuh data yang valid *haha..*
- Rudi : *Oh okey.. hehe,* biar jangan terlalu formal, *ite pede ite keh* (sesama kita). Iya Mbak Tris, saya memang dari EO nya. RUDY *Event Organizer* Mataram. Belum terkenal secara organisasi memang, tapi secara personal biasanya tau saya EO.
- Trisna : *Pantes* bang, sudah coba saya cari tahu sebelumnya di Google tapi *gak nemu.*
- Rudi : Jangan dicari *mangkanya..* bukan orang penting.. *hehe..*
- Trisna : Bisa *aja* bang.. oh iya bang, abang kerjain *project* Disbudpar ini sejak kapan *sih?*
- Rudi : Ini sudah mulai *kok,* ada mungkin sekitar 6 bulan yang lalu. Mei sehabis *garap* yang Rinjani 100 kita mulai jalan lagi. Sementara fokus dulu. Nanti

- kalau udah *kelar*, langsung mulai lagi untuk *next Event* (Sembalun *Honeymoon Festival*).
- Trisna : *Wokeee.. terus bang, dibantuinnya garap next Event* nanti sudah nemu orang-orangnya? Kerja sama siapa *aja* bang? Panitia maksudnya Trisna..
- Rudi : Udah, udah terbentuk kalau itu. Panitianya untuk yang *seksi repot* itu ada Pak Rozak (Ketua), Saya, Rudi Wahyudi (Wakil Ketua), Muji (Bendahara), Retno (Sekretaris), Royal (Korlap), Lina Hidayati (Pemasaran dan Promosi), Pak Apep (Keamanan Kesehatan)” jelas Rudi, wakil ketua *Event Sembalun Honeymoon Festival*.
- Trisna : Itu semua kriteria pemilihannya bagaimana bang?
- Rudi : Itu campuran komposisi panitianya, ada yang dari tim saya, ada yang memang diminta sama SC. *Kayak* yang hal-hal keuangan itu dipegang sama orang Disbudpar langsung. Pemasaran dan Promosi juga *gitu..*
- Trisna : SC? Siapa SC nya bang?
- Rudi : Iya SC, *Steering Committee*. Ada Pak Kadis dan Pak Kabid, ada juga orang Disbudpar NTB beberapa.
- Trisna : Berarti abang OC *dong yaa? Hehe*
- Rudi : Iyaa.. kalau bahasa *keren* dari seksi repot ya OC (*Organizing Committee*) *hehe..*
- Trisna : *Oh ya* bang, *terus* kalau kolaborasi gini, pembagian *jobdescnya gimana tuh?*
- Rudi : Intinya *sih* kalau kita sebagai OC ya lebih ke situasi nyata di lapangan *kayak gimana, siapin* semua keperluan dari A-Z. Misalnya mulai dari *breakdown* konsep mentahnya, kita buat acara-acara di dalamnya, kita persiapkan semua hal tentang penyelenggaraan seperti pengisi acara, anggaran dana, logistik, akomodasi dan *transport*, konsumsi, keamanan dan kebersihan. Itu poin terakhir juga penting, mengingat kita nanti buat acara di tempat yang suasananya alam *banget*. Jangan *sampe* daya tariknya jadi hilang hanya karena kebersihan sampah *ndak* terkoordinir dengan baik. Karena nanti walaupun bukan saya yang *buang*, yang ditegur TNGR pasti saya dan teman-teman panitia *haha*.
- Trisna : Haha *horor* juga ya bang.. *oh iya..* Trisna perlu informasi lebih lanjut lagi perihal itu semua. Bang, tolong boleh *dijelasin* tentang konsep acaranya *dong..*
- Rudi : Kalau konsep acara, kita ngikut atasan *yah* mintanya *gimana*. Di sini kan Disbudpar memang sudah punya konsep yang menurut saya pribadi sangat *apik ya..* Udah ada karakteristik dan pembeda dengan *event* yang lain. Kali ini lebih mengangkat tentang Sembalun di bagian sisi *Honeymoon* nya. Konsep ini katanya digagas dengan *output* agar wisatawan tahu kalau Sembalun sekarang sudah menjadi destinasi bulan madu yang *keren*. Punya *value* lain dalam hal wisata selain ke Gunung Rinjani. Kurang lebih yang saya tangkap seperti itu.
- Trisna : *Okedee.. terus* bang, untuk acara sendiri ada apa *aja* nanti? Dan apa daya tariknya?

- Rudi : Kalau untuk acaranya, itu kita turunkan dari konsep yang sudah disepakati. Jadi acaranya nanti *tuh* ada banyak. Ada *Carnaval Costume Creative* dan *Wedding Costume*, Pertunjukan Seni & Budaya Daerah Lombok, Pameran Pariwisata dan Potensi Daerah, *Photography Honeymoon Contest*, *Painting Contest*, *Trekking* dan *Soft Trekking Honeymoon Contest*, dan *Traditional Attraction Honeymoon Contest*. Yang membuat ini berbeda sekaligus menjadi daya tarik ialah karena dilakukan bersama pasangan. Melatih kekompakan mereka juga *nih*.
- Trisna : Itu boleh dijelasin *ga* bang, acaranya *ngapain aja*? Terus pesertanya *ngapain aja*?
- Rudi : Dibagi dua nanti. Ada yang peserta lomba ada yang peserta lalu-lalang untuk sekedar menikmati festival *aja*. Kalau *Carnaval Costume Creative* dan *Wedding Costume* itu nanti berupa pawai setiap peserta dengan kostum kreatif atau boleh juga kostum pernikahan mereka. Intinya setiap pasangan dituntut untuk bekerjasama dalam memilih dan mengenakan kostum *wedding* kreatif ala mereka. Dan harus ada cerita di balik itu semua. Untuk *Photography Honeymoon Contest* berlaku untuk para fotografer yang mendokumentasikan pawai tersebut. Syaratnya itu harus foto minimal harus ada 1 pasangan yang menjadi objek foto. Foto harus bercerita dan diambil menggunakan kamera. *Painting Honeymoon Contest* adalah kontes yang dapat diikuti oleh peserta secara berpasangan, dengan melukis pasangan masing-masing di sebuah canvas yang berbeda. Penilaian terletak pada seberapa kuat *chemistry* tiap pasangan menebak potret dirinya sendiri dalam balutan lukisan pasangannya. Potret diri dapat berupa wajah, benda, atau sesuatu yang sangat mereka kenali sebagai refleksi pasangannya. Contoh nih, kamu dan pasanganmu itu suka unta. Kamu gambar unta, dia bisa tebak itu lukisan kamu, ya berarti ada *chemistry hehe*. Buat seru-seruan aja. Untuk *Trekking* dan *Soft Trekking Honeymoon Contest*, adalah sebuah kontes yang dapat dilakukan pasangan yang *hobby* berpetualang bersama. Ini untuk pasangan yang suka tantangan. Dan semua peserta selama acara disuguhkan dengan Pertunjukan Seni & Budaya daerah Lombok, *Traditional Attraction Honeymoon Contest*, dan Pameran Pariwisata dan Potensi daerah.
- Trisna : *Waw..* lalu bang, untuk operasional kegiatan ini, apakah melibatkan masyarakat sekitar?
- Rudi : Tentu, kita dalam konsep acara saja sudah berdiskusi dan sepakat berkolaborasi dengan pemuka-pemuka seni dan budaya di Sembalun. Kita akan kerjasama dalam Pertunjukan Seni & Budaya daerah Lombok dengan beberapa sanggar seni Cupak Gerantang, Gamelan Rantai Mas, dan Tari Tandang Mendet di Sembalun. *Traditional Attraction Honeymoon Contest*, kita bekerjasama dengan Kelompok Tani Sembalun Lawang untuk menyediakan atraksi menumbuk padi bersama pasangan, dan untuk Pameran Pariwisata dan Potensi daerah kita buka untuk umum, siapapun masyarakat Sembalun yang ingin berjualan, tinggal daftarkan diri saja ke panitia. Selama

- stand* dan tempatnya cukup, akan kita bantu untuk diberi fasilitas. Akan kita utamakan bagi pelaku usaha yang menjual produk yang khas dari Lombok.
- Trisna : Untuk acara nanti, ada rencana mengundang *guest star*?
- Rudi : Karena ini merupakan tahap awal, saya rasa untuk menghadirkan *guest star* jangan dulu.. karena masih banyak keperluan di bidang lain yang perlu kita pikirkan anggarannya. Lebih baik kita arahkan dulu ke biaya untuk promosi.
- Trisna : Baik.. baik.. Bang, kalau anggaran dana sendiri, mohon maaf kalau Trisna boleh tahu perencanaan acara seperti ini membutuhkan sekitar berapa rupiah ya?
- Rudi : Kalau dihitung kotor, kita butuh seperti ini *reng-rengan* dananya. Mulai dari Kesekretaritan, Publikasi dan Dokumentasi, Karnaval, *Contest/Lomba*, Expo, Akomodasi, dan Transportasi itu totalnya Rp.2.060.000.000,-
- Trisna : Wah, banyak juga ya.. terus itu HTM dan *ticketingnya* gimana bang? Dan ditentukan berdasarkan apa?
- Rudi : Untuk HTM dan *ticketing* buat peserta, semua gratis.. *biar rame*.. kalau *free* gitu kan jadi *ndak* perlu *mikirin* uang pendaftaran. Jadi mengurangi pertimbangan-pertimbangan peserta untuk tidak ikut.
- Trisna : Kalau untuk pemasarannya sendiri bang, bagaimana?
- Rudi : Kalau bagian pemasaran, promosi dan publikasi itu kita kolaborasi sama pemda. Yang ketua langsung juga orang Disbudpar kok, jadi mereka secara pasar mungkin lebih punya banyak data, turis-turis daerah atau negara mana yang akan dituju. OC bertugas untuk bantu buat konten promosinya, lalu nanti minta persetujuan SC. Kalau sudah disetujui, baru dipasarkan sesuai dengan targetnya.
- Trisna : Nah teknis pemasarannya gimana tuh bang? Melalui saluran apa saja?
- Rudi : Saluran pemasaran yang digunakan sih nanti semua ya. Bisa lewat semua deh. Kita usahakan. Intinya kita sudah mulai memikirkan saluran yang digital. *E-marketing* dan sosial media perlu diterapkan dalam promosi. Sedangkan pemasaran sendiri *ya* kita minta dukungan industri media cetak, radio, dan televisi lokal dan nasional. Untuk yang internasional mungkin fokus ke wilayah Asia Pasifik dengan mengirimkan undangan untuk *trade internasional* melalui *direct marketing* yang profesional dan tetap terpantau. Dalam hal ini acara kita juga *di-support* sama sumber daya yang handal dan jaringan yang kuat. Sponsor dan media partner banyak *ngasi* dukungan.
- Trisna : Terus bang, di perencanaan festival ini dibutuhkan peran PR (*Public Relations*) atau Humas *ga* bang?
- Rudi : Kalau untuk peran PR/Humas, di festival ini dibutuhkan lebih kepada mengkoordinasikan pemberitaan Sembalun *Honeymoon Festival* ke rekan-rekan media. Ini nanti tugasnya banyak berhubungan sama Humas Pemda juga. Sejauh ini sudah dikomunikasikan dan sudah mendapat dukungan. *Palingan* nanti dekat-dekat acara minta dikirimkan *release*.
- Trisna : Boleh tahu bang, *list* media dan sponsor acaranya?

- Rudi : Ada *kok* datanya, nanti *tak kasih liat yaa..* untuk sponsor, sejauh ini kita sudah dapat dari XL, Aqua, Mizone, Indofood, Sasaku, Nusantara, dan tentunya Pemda. Kalau untuk media, kita kerjasama dengan TV Kompas, Koran Kompas, Trans7, Lombok Post, Selaparang TV, TVRI Lombok, Radar Lombok, Duta Selaparang, Kancanta, Dewi Anjani, KR, dan media lokal lainnya. Semua *support* publikasi acara nanti.
- Trisna : Kalau rencana tamu undangan nanti, siapa saja bang?
- Rudi : Tamu undangan sendiri kita akan coba undang dari pihak kementerian (pariwisata), kepala pemerintahan seperti Gubernur dan Wagub, para Bupati dan Wabup, Walikota Mataram dan wakil, Camat Sembalun dan daerah sekitar, dinas-dinas terkait, para sponsor dan perwakilan media (dirut) yang sudah berbaik hati membantu perencanaan acara ini, pemuka agama, pemuka adat, Pokdarwis, Terune Dedare Lombok, Pelaku Usaha sekitar dan masyarakat sekitar. Kita adakan undangan terbuka. Oh iya, rekan-rekan wartawan juga pastinya. Kita undang.
- Trisna : Bang, kalau dari abang dan teman-teman EO lainnya akan ada *ngadain* GR (Gladi Resik) *gak?* Dan kenapa GR penting dilakukan?
- Rudi : GR itu pasti *lah..* Nanti H-1 bulan rencananya kita sudah harus GR. Sekitar Awal Oktober berarti. Pentingnya melakukan GR itu *ya* agar kita tahu seberapa siap kita dalam mengadakan *event* ini. Dengan GR kita bisa temukan kurangnya di mana, sisi yang harus dibenahi lagi yang mana. GR itu kan *kasih* gambaran secara kasar gimana acara nanti berlangsung. Jadi memang selalu harus dilakukan agar tim bisa menilai semuanya.
- Trisna : Baik, sejauh ini sudah bisa diidentifikasi belum bang? Faktor penghambat dan pendukungnya apa saja?
- Rudi : Oh.. banyakkk.. untuk hambatan sendiri memang karena lokasi Sembalun lumayan jauh ya.. di sana juga sinyal kan kadang-kadang hilang, jadi koordinasi dengan pihak sana itu harus langsung ke sana biar cepat. SDM juga tidak begitu aware dengan teknologi, jadi lumayan ribet untuk kirim-kirim softfile via e-mail. Semua harus *hardfile*. Selain itu, perihal dana, sampai saat ini masih belum bisa *full*. Untuk cari sponsor juga susah, karena acara ini kan pertama kali ya, jadi belum ada *track record* nya yang bisa buat sponsor dan investor lebih percaya dan yakin. Kalau tidak kenal saya secara personal, mungkin susah juga. Publikasi dan promosi juga agak terhambat, *ndak* sesuai harapan dan target karena ada yang belum selesai. Rencananya H-3 bulan sudah mulai naik. Ini malah baru mulai buat konten video, kemarin-kemarin Sembalun cuacanya hujan terus, selain itu SDM juga seadanya. Untuk konten baliho, poster dan brosur sudah jadi.
- Trisna : Siap bang, *Oh iya*, kalau faktor pendukungnya apa aja bang?
- Rudi : Faktor pendukungnya sih mulai dari konsep yang *fresh* dan lokasinya sendiri. Sembalun ini *kan kayak* magnet ya, bikin orang *pingin* balik terus karena suasananya *bikin* nyaman.. Selain itu, masyarakat juga begitu antusias, respon mereka positif *alhamdulillahnya..* selain itu pemda juga kooperatif,

- terlihat rajin ngajakin rapat untuk bahas pencapaian demi pencapaian. Setiap minggu ditanyain lewat grup WA. Teman-teman media lokal juga sudah mendukung secara penuh acara ini. Sudah saya *japri-japri* untuk ramaikan.
- Trisna : Baik bang.. *sip.. sip..* untuk indikator keberhasilan dari tujuan festival ini nantinya dapat diukur melalui apa ya?
- Rudi : Biasanya kita lihat dari jumlah peserta, target sih 500 orang. Bisa juga kita lihat jumlah hunian kamar di waktu itu, dan kita sering minta pendapat *kayak* kesan dan pesan seusai acara dari yang memenangkan kontes. Karena kalau *kayak* gitu, biasanya *feedbacknya* lebih cepat dan tidak menghambat dan menunda proses evaluasi juga. Jadi kerja lebih cepat. Begitu..
- Trisna : Kalau untuk evaluasi nanti, adakah target dan rencana dampak yang sudah terpikirkan dari diselenggarakannya *event* ini?
- Rudi : Untuk dampak dari *event* ini kita memang harapkan ini tidak sebatas perayaan yang memberikan kesenangan bagi pengunjung, tapi jauh lebih dari itu kita ingin semua aspek bisa merasakan manfaatnya. Dari segi masyarakat sekitar yang bisa turut serta untuk menawarkan jajanan atau produk oleh-oleh kepada wisatawan, ramainya orang yang datang sehingga bisa memenuhi hunian kamar, juga.. pertukaran informasi tentang adat, budaya, dan keindahan alam Sembalun, membantu *branding* Sembalun agar lebih dikenal sebagai *destinasi honeymoon*, dan masih banyak lagi ya..
- Trisna : Baik kalau begitu bang.. sementara cukup dulu, terima kasih atas bantuannya.. nanti mohon izin kalau ada data yang kurang, Trisna kontak *via* WA ya bang..
- Rudi : Baik, boleh..

TRANSKRIP WAWANCARA IV

Hari/Tanggal : Kamis, 27 April 2018
Tempat/Jam : Hotel Nusantara Sembalun, 15.00 WITA
Interviewer : Trisna Risani Karya (Trisna)
Interviewee : Malik, Karyawan Hotel Nusantara Sembalun
Topik : Perencanaan *Event* Sembalun *Honeymoon Festival* dalam
Membangun *Brand Image* Halal *Tourism Destination* Lombok.

Kategorisasi Perencanaan Operasional

- Trisna : Assalamu'alaikum.. sore mas, perkenalkan saya Trisna, mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang saat ini sedang penelitian untuk kelengkapan penulisan skripsi. Sebelumnya saya sudah ke Disbudpar bertemu dengan Bapak Ahyak, dan tadi bertemu dengan Bang Rudi yang juga nantinya akan mengadakan *Event* di sini (Hotel Nusantara). Oh iya mas.. dengan mas siapa?
- Malik : Dengan Malik.
- Trisna : Kalau boleh tahu Mas Malik di sini sebagai apa ya?
- Malik : Karyawan biasa mba, sehari-hari *ngurusin* FO dan melayani tamu-tamu yang ingin menginap.
- Trisna : Jadi gitu mas.. seperti yang saya bilang di awal, saya ke sini membutuhkan beberapa data pendukung, seperti kelayakan hotel dan juga jaminan pelayanannya yang halal. Hotel ini sudah tersertifikasi halal belum ya?
- Malik : Hotel ini sudah tersertifikasi halal, sudah sejak awal tahun lalu. Semua fasilitas di sini halal, mulai dari makanan yang disajikan di restoran, fasilitas-fasilitas seperti tersedianya penanda kiblat di kamar, tersedianya alat shalat di lemari kamar, di dalam *toilet* juga ada *closet* yang nyiramnya pakai keran.. agar memudahkan tamu untuk bersuci dan bisa digunakan untuk mengambil air *wudhu*.
- Trisna : Oh begitu ya.. kalau di sini ada masjid atau mushola nya?
- Malik : Kalau untuk mushola hotel sendiri masih belum ya mbak.. karena memang dekat dengan masjid juga, itu di seberang jalan *kan* ada. Jadi biasanya kami arahkan ke sana kalau ada tamu yang mau *shalat* di masjid. Tapi kalau diminta akan kami siapkan di kamar juga, menyesuaikan permintaan dari tamu muslim yang ingin atau tidak.
- Trisna : Di sini ada tersedia minuman non halal seperti yang mengandung alkohol kah?
- Malik : Oh tidak mba, di sini semuanya halal.
- Trisna : Halal seperti *gimana* mas? Bisa dijelaskan? Dan kalau pas Ramadhan, apa hotel tetap beroperasi seperti biasanya? Dan apakah ada perbedaan pelayanan saat Ramadhan?

- Malik : Kalau Ramadhan hotel tetap beroperasi seperti biasanya. Pelayanan di Bulan Ramadhan itu biasanya yang menjadi pembeda, restoran tetap menyiapkan makanan untuk tamu yang non muslim, namun hanya bisa dinikmati di bagian restoran yang diberi penutup tirai. Itu untuk menghargai dan menghormati tamu muslim yang tengah berpuasa.
- Trisna : Selama ini, apakah ada aktivitas non halal yang biasa terjadi di lingkungan sekitar?
- Malik : Maksudnya mba?
- Trisna : Aktivitas non halal seperti ada yang minum-minuman keras, berjudi, atau semua yang dilarang oleh agama.
- Malik : Oh, untuk aktivitas non halal seperti itu di lingkungan sini (Sembalun) memang dilarang mba. Hotel ini juga dekat dengan Kantor Polisi, dekat dengan TNGR (Taman Nasional Gunung Rinjani), banyak yang patroli untuk keamanan jadi selalu terjaga. Dan *inshaallah* orang-orang di sini juga tidak ada yang begitu. Kalau tamu pun biasanya bawa sendiri secara diam-diam karena di sini kita *ndak ngejual* yang begitu.
- Trisna : Ada tidak mas pelayanan hotel yang secara khusus memisahkan antara laki-laki dan perempuan?
- Malik : *Mmm..* kalau pelayanan hotel yang memisahkan antara laki-laki dan perempuan secara khusus pertama tentu kamar, jika tidak *muhrim* nya kan di awal kita tanyakan suami istri apa bukan. Jadi kalau ada yang bukan suami istri sudah jelas kamarnya harus terpisah. Selain itu juga sauna, tempat laki-laki dan perempuan sengaja dipisah ruangnya, agar setiap tamu merasa rileks dan jangan sampai merasa tidak nyaman kalau nanti dicampur (antara laki-laki dan perempuan).
- Trisna : Oh begitu, baik kalau begitu terima kasih banyak ya mas.. Nanti kalau ada yang kurang boleh saya tanyakan via WA *nggih?*

TRANSKRIP WAWANCARA V

Hari/Tanggal : Jumat, 11 Mei 2018
Tempat/Jam : Kantor Disbudpar NTB, 14.00 WITA
Interviewer : Trisna Risani Karya (Trisna)
Interviewee : H. Harris, Kabid Pemasaran Disbudpar NTB
Topik : Perencanaan *Event Sembalun Honeymoon Festival* dalam
Membangun *Brand Image Halal Tourism Destination* Lombok.

Kategorisasi Perencanaan Strategis

- Trisna : Assalamu'alaikum.. selamat siang Bapak Harris, saya Trisna pak, yang beberapa hari belakangan WA bapak untuk *interview* dan minta tolong dibantu untuk data-data pendukung tentang skripsi yang tengah saya kerjakan. Mohon maaf, sebelumnya saya sudah ke beberapa informan di Lombok Timur, termasuk bertemu dengan Bapak Juhad dan Bapak Ahyak Disbudpar Lombok Timur.
- Harris : Oh iya, apa yang bisa saya bantu nak Trisna?
- Trisna : Ada beberapa data yang masih perlu saya gali pak perihal perencanaan Sembalun *Honeymoon Festival*. Katanya bapak turut berperan ya sebagai *steering committee*?
- Harris : Oh iya memang benar saya yang cek-cek semua kegiatan, terus apa yang diperlukan informasinya?
- Trisna : Ada beberapa yang perlu saya konfirmasi pak, sebelum membahas yang Sembalun, menurut bapak selama ini apakah ada peningkatan wisatawan mancanegara dari negara-negara mayoritas Islam?
- Harris : Kalau kita perhatikan satu tahun belakangan memang ada yang meningkat, Malaysia dan Negara Timur Tengah contohnya. Apalagi di tahun 2017 kita sering mengadakan acara untuk *menggaet* wisatawan muslim dengan berbagai kegiatan yang menunjang pariwisata halal NTB, salah satunya IHTF (*Internasional Halal Travel Fair*) yang dimana Lombok menjadi tempat bertemunya para pelaku usaha dan pegiat usaha wisata. *Sales* dan *buyer* dari berbagai negara berkumpul untuk mendapatkan informasi perihal paket wisata yang Lombok dan Sumbawa punya, termasuk paket Wisata Halal.
- Trisna : Oh begitu.. tapi kenapa ya pak, konsep *Event* di Sembalun yang semula mengangkat tema Sembalun Halal *Honeymoon Festival* berubah menjadi Sembalun *Honeymoon Festival*? Jadi kata halalnya dihilangkan.
- Harris : Karena peningkatannya tidak terlalu signifikan, dan untuk negara-negara Islam tersebut pun datang bukan hanya untuk melihat destinasi wisata halal saja, namun juga tertarik pada destinasi wisata konvensional Lombok secara umumnya. Hal ini memang dirasa lebih baik untuk membuatnya menjadi

- lebih general, agar *market share* dari produk wisata (Sembalun *Honeymoon Festival*) yang dibuat menjadi luas.
- Trisna : Menurut analisa bapak, yang paling kompeten untuk menjadi target Sembalun *Honeymoon Festival* ini yang mana saja pak?
- Harris : Perihal target dari Sembalun *Honeymoon* itu saya rasa baiknya ditargetkan untuk negara-negara Asia Pasifik seperti Australia, Singapore, Thailand, Hongkong, Malaysia dll. Tercatat mereka memang sering berkunjung ke sini dan mencari tahu mengapa bisa Sembalun memenangkan *World's Best Halal Honeymoon Destination* itu. Selain itu, tentunya kita targetkan ke wisatawan dengan tujuan kunjungan *leisure* (berwisata) dan pola perjalanan yang berpasangan. Karena hasil analisa pasar menunjukkan kedua aspek tersebut sangat pas dengan karakteristik produk wisata Sembalun *Honeymoon Destination*.
- Trisna : Untuk wisata halal sendiri bagaimana pak? Apa masih akan digalakkan? Mengingat sebentar lagi pergantian Gubernur, dan menurut data yang saya dapat sebelumnya konsep wisata halal mulai digalakkan pada masa Tuan Guru Bajang (Gubernur NTB) memerintah ya?
- Harris : Untuk wisata halal Lombok sifatnya akan terus diterapkan, bahkan harapannya konsep ini nantinya akan menjadi wisata konvensional seperti yang lain. Walaupun gubernurnya nanti harus ganti, tapi sudah banyak pelaku usaha wisata konvensional yang secara mandiri *hijrah* dan menawarkan paket-paket wisata halal. Saya *sih* optimis *yaa..* karena ini *kan* sambil jalan tetap kita pantau.
- Trisna : Baik pak, selanjutnya bagaimana jika ada pelaku usaha wisata atau bahkan kegiatan disbudpar yang juga menggunakan pihak ke-tiga atau pihak luar seperti jasa EO dalam menyelenggarakan *event* sebagai strategi *branding*?
- Harris : EO itu bisa sebagai konsultan, yang bisa membuat paket wisata bahari, wisata alam, wisata olahraga atau juga wisata budaya. Mereka biasanya membuat itu dan berkoordinasi dengan kita untuk mendapatkan *back-up*-an dengan cara mengajukan proposal baik ke kepala daerah langsung, maupun ke dinas terkait yang menyelenggarakan kegiatan wisata. Manakala ada dana yang tersedia, dan *event* nya sudah paten, maka kita tentu akan *support*. Kalau belum paten, akan diberikan rekomendasi untuk dimanfaatkan mencari dana secara mandiri ke pihak-pihak lain yang bersedia menjadi sponsor *event*.
- Trisna : Oh begitu, berarti pihak ketiga harus selalu mengajukan proposal terlebih dahulu?
- Harris : Biasanya pihak ketiga selaku pihak luar memang harus mengajukan proposal. EO biasanya memberikan SDM yang *qualified* sehingga bisa mendapatkan target tersebut. Ini kadang-kadang pimpinan menilai SDM dari *dalem*, atau dari bawahannya, maka mereka bisa saja langsung menunjuk *event organizer* atau *vendor* untuk membungkus ini paket. Sedangkan yang berkaitan dengan keamanan, *branding*, dan lain-lain bisa kita bantu.

- Trisna : Berarti *support* yang diberikan tadi berupa rekomendasi untuk mendapatkan *sponsorship, support* keamanan, *branding* gitu ya pak?
- Harris : Iya, *support* non-dana seperti itu bagi *Event* yang tidak tertera dalam kalender *Event* yang paten dilaksanakan. Paten disini berarti sudah terkualifikasi dan memberikan banyak dampak positif terhadap pencitraan daerah.
- Trisna : Kalau *event* yang terfokus pada *branding* Sembalun sebagai *Honeymoon Destination* sendiri apa sudah ada yang paten pak?
- Harris : Kalau untuk Sembalun masih belum ada *event* paten, jadi kita kebanyakan memang produknya EO. Kita memilih dan memilah produk wisata (*event*) yang mampu memberikan dampak berupa pencitraan yang bagus terhadap suatu daerah. Sisanya, kita *support* sebatas surat rekomendasi, *branding*, dan keamanan. Kesehatan juga kita bantu. Biasanya memang nanti di sini jadi persaingan untuk meng-*create* produk wisata terbaik dan laris di mata wisatawan.
- Trisna : Biasanya bentuk *real support* nya melalui apa pak?
- Harris : Baliho, *Sticker, X-Banner*, dll.
- Trisna : Kalau untuk pembagian tugas bagaimana ya pak? Dan koordinasinya bagaimana ya?
- Harris : Untuk teknis semuanya memang diurus vendor atau *event organizer*. Untuk koordinasi kalau *event* tersebut paten, kita monitor dari persiapan, perencanaan, hingga evaluasi acaranya. Kita minta buat laporan yang lengkap dengan dokumentasi foto-foto. Tapi kalau untuk *event* yang tidak paten, sebatas kita monitor kebutuhan *branding* nya, termasuk pemasaran, promosi juga kita bantu. Setiap eksekutornya berkewajiban untuk memberitahukan spot-spot mana yang butuh dibantu untuk dilakukan *branding*.
- Trisna : Kalau menyelenggarakan *event* dengan EO, seperti penyelenggaraan *event* Sembalun *Honeymoon* begitu, regulasi kerjasama dengan pemerintah bagaimana ya pak?
- Harris : Setiap menjalin hubungan kerjasama dengan penyelenggara *event* seperti EO, akan ada aspek administratifnya. Nanti akan ada SPK nya, Surat Perintah Kerja. Jadi SPK itu ada lampirannya berupa HPS (Harga Penawaran Sementara) yang harus diajukan, kalau kita sudah ACC, baru bisa kita keluarkan. Jadi tidak ngambang, akan terikat dengan surat itu.
- Trisna : SPK berapa lama biasanya pak bisa dikeluarkan setelah pengajuan proposal selesai dilakukan?
- Harris : Sebenarnya kalau *event* sudah paten menjadi *event* kita, itu setelah mereka mengajukan penawaran sebagai vendor, itu satu dua bulan bisa kita keluarkan. Ada dua jenis SPK yang bisa dikeluarkan, yang pertama SPK Penunjukan Langsung, dan ada SPK lelang, dimana nominalnya di atas 200 juta. Itu harus melalui salah satu biro di Kantor Gubernur. Biro APP

- namanya, di mana biro itu bertugas untuk mendapatkan harga yang *reasonable*.
- Trisna : Tapi kalau untuk *event* yang baru, seperti Sembalun *Honeymoon Festival* kira-kira berapa lama bisa dikeluarkan SPK nya?
- Harris : SPK itu kondisional, karena perlu dipantau, dipelajari dan dievaluasi.
- Trisna : Oh begitu, baik.. Pak saya mau tanya lagi, berdasarkan analisa bapak terhadap *branding* yang tengah kita gencarkan, dan beberapa tahun ini pasti bisa dilihat bagaimana prospeknya dalam mendatangkan pengunjung. Bagaimana menurut bapak?
- Harris : Memang begini, seperti yang saya bilang sebelumnya, paket Wisata Halal ini adalah *branding* yang baru, yang kita coba bersaing di tataran dunia, bersensasi membuat *image* Lombok sebagai wisata halal dunia, yang selama ini dipegang Malaysia. Mengapa kita yang sejak dulu dideklair oleh kepala daerah kita “Pulau Seribu Masjid” tidak berani seperti itu. Itu sebenarnya untuk memancing kiblath calon wisatawan mancanegara dan domestik lebih cepat mengenal Lombok. Bagaimana pun, yang namanya promosi itu paling susah, makanya social media kita fokuskan juga untuk alat *branding*, selain menggunakan media cetak dan media lainnya, *event* yang berkaitan juga kita fungsikan karena karakter *market* nya sama. Salah satunya kemarin reuni lulusan Timur Tengah NTB, dimana kita dapat menawarkan paket wisata halal tersebut. Selain itu, ada juga *event* IHTF (*Internasional Halal Travel Fair*), itu kita serahkan kepada semua peserta *buyer* (Malaysia, Singapore, Thailand, dan Timur Tengah) yang banyak. Kalau *sales* yang banyak datang NTB sendiri, dan teman-teman dari Pulau Jawa. Kegiatan acara sendiri dilakukan secara *table top* dan *B to B*. Dimana terjadi pertemuan transaksi jual beli antara *sales* dan *buyer*. Ada banyak pentas budaya, pameran seni, dan *village visit* ke Sembalun, jadi bisa kita perkenalkan *branding* Sembalun *Honeymoon Destination* nya secara lebih mudah, karena setiap *buyer* tersebut kan kebanyakan *travel agent* yang nantinya akan mendatangkan kita banyak tamu.
- Trisna : Untuk *maintainance* dan melakukan promosi ke wisatawan mancanegara biasanya Disbudpar melakukan dengan saluran apa ya pak?
- Harris : *Begini* dia, kalau untuk itu kita memang kerahkan semua teman-teman yang mempunyai produk wisata untuk bisa berikan hal yang semaksimal mungkin. Kita selalu berusaha menjadikan evaluasi untuk terus kita perbaiki kekurangannya. Karena ini akan menjadi bahan promosi terusan yang bagus sekali melalui cerita yang *repeater guest*. Harapannya jika tidak kembali lagi ke Lombok, mereka bisa menceritakan pengalaman yang didapat ke teman-temannya secara langsung melalui *word of mouth* atau paling tidak melalui postingan di sosial media pribadi *repeater guest* itu sendiri. Selain itu kita juga harus memastikan pelaku usaha wisata mampu membuat souvenir-souvenir yang membuat wisatawan merasa betah dan ingin berlama-lama di Lombok. Kemudian juga kuliner, harus kita persiapkan. Intinya semua

- keinginan wisatawan harus bisa diteliti untuk jadi bahan evaluasi, agar tercipta *repeater one day*. Selama ini, lama menginap wisatawan *stuck* di 3 hari dua malam. Kalau produknya itu-itu saja dan tidak ada peningkatan, ya tidak akan mungkin bisa membuat mereka lebih betah di sini. Satu-satunya jalan, kita tingkatkan koordinasi dengan pemerintah kabupaten kota yang memiliki produk-produk wisata yang siap dijual. Begitu alurnya..
- Trisna : Saluran promosi yang digunakan berarti *word of mouth* dan tadi *social media* ya pak? Adakah saluran yang lain?
- Harris : *Word of mouth* itu media promosi yang paling jujur, karena kalau yang melalui *media social* itu *kan* pakai bahasa polesan, jadi *mouth to the mouth* jauh lebih meyakinkan dan lebih dipercaya. Tetap kita posisikan media sosial sebagai saluran transaksi yang *me-leading*, karena mudah dan murah. Jadi harus bisa dimanfaatkan untuk *menggaet* pasar. Terlebih memang sudah menjadi *trend* kalau sekarang promosinya melalui sosial media.
- Trisna : Selain itu, adakah promosi yang dilakukan yang terfokus pada target market yang paling potensial secara langsung?
- Harris : Beberapa waktu lalu, 2018 awal, pimpinan menghadiri acara di Dubai, mengikuti *Arabian Travel Mart*, dalam program *Sales Missions*. Ada *seller meet buyer*, dimana kita dibantu oleh Kedutaan Besar di sana untuk mendatangkan *buyers* dalam salah satu momen. Di sana kita diberi kesempatan untuk promosi dengan menampilkan dan menjelaskan produk wisata Lombok termasuk wisata halalnya melalui video, yang di dalamnya terdapat Sembalun *Honeymoon Destination* juga. Mengapa video? karena kita belum mampu mendatangkan artis secara langsung. Selain itu, kita juga dibantu Kemenpar untuk mendatangkan para *tour operator* dari kantor-kantor wisatawan dari Timur Tengah, dimana banyak yang membawa *Fam Trip*.
- Trisna : Menurut pandangan bapak, apakah Sembalun sudah siap menjadi *World's Best Honeymoon Destination*?
- Harris : Suka tidak suka, kita harus optimis untuk siap. Kalau di Sembalun bisa dimulai dengan kebiasaan masyarakat di sana, bagaimana cara memvisualisasikan diri mereka sebagai masyarakat yang sedari dulu halal. Diharapkan dapat memberikan bayangan yang bisa mengisi dan mendukung *branding* Sembalun *Honeymoon Destination* tersebut. Fasilitas juga perlu tentunya, tapi semua butuh proses.. harapannya Sembalun bisa bersaing dengan kompetitor-kompetitornya.
- Trisna : Memang sejauh ini Sembalun punya kompetitor pak?
- Harris : Dibilang kompetitor sih tidak pas ya, tapi yang ingin belajar dari Sembalun banyak, apalagi daerah-daerah lain. Sudah banyak yang datang untuk studi komperatif, seperti Aceh, Sumatera Barat, Padang, Makassar, Jawa Barat, termasuk Bandung itu semua tanya dan datang ke Sembalun. Mereka menanyakan proses mengapa Sembalun dapat *brand World's Best Halal*

- Honeymoon Destination*. Ketika itu berhasil, Gubernur juga tidak tinggal diam, langsung dikeluarkan Pergub dan Perda untuk mengatur itu.
- Trisna : Menurut bapak, dampak yang direncanakan dari terselenggaranya Sembalun *Honeymoon Festival* dari segi sosial budaya, politik, lingkungan, pariwisata dan ekonomi apa saja ya pak?
- Harris : Harapan kami, dampak yang dapat dibuat oleh setiap vendor/penyelenggara *event* yang pertama adalah dari segi perekonomian masyarakat. Kemaslahatan masyarakat pada intinya. Dari segala aspek akan banyak yang ditargetkan. Sosial budaya, ekonomi, politik dan pariwisata itu semua dampak dari sebuah *event*. Dari segi sosial budaya, *event* ini diharapkan mampu menjadi titik balik kesejahteraan masyarakat untuk memperkenalkan adat istiadatnya ke masyarakat yang lebih luas. Ini dapat menjadi ajang pertukaran pengalaman dan menyebarkan konsep *branding* yang baru. Dari segi lingkungan, dapat menjadi contoh dalam menyelenggarakan *event* destinasi yang dapat menjadi model bagi tempat penyelenggara lain. Ini juga momen untuk perbaikan lingkungan di area sekitar dengan dibangunnya beberapa infrastruktur pendukung. Dari segi politik, *event* ini secara tidak langsung dapat memberikan prestise kepada ranah nasional dan internasional sehingga dapat meningkatkan profile dari Indonesia khususnya Lombok, sebagai penyedia wisata halal. Selain itu juga menjadi ajang unjuk kemampuan kami (pemerintah daerah) dalam bersatu untuk meningkatkan mutu penyelenggaraan sebuah *event* dalam rangka *branding*. Sedangkan dari sisi pariwisata dan ekonomi tentu meningkatkan daya jual masyarakat sekitar karena didatangi banyaknya wisatawan.
- Trisna : Baik bapak kalau begitu, untuk sekarang cukup dulu. Terima kasih atas waktu dan kesempatannya.. Informasi-informasinya sangat membantu.
- Haris : Untuk buku statistik pariwisata dan dokumen yang sudah diminta kemarin sudah kami siapkan, silahkan nanti diambil filenya untuk di-copy ya..
- Trisna : *Nggih.. matur tampiasih* sangat bapak..