

LAMPIRAN

Transkrip Wawancara

Narasumber 1

Nama : Drs. Aldofina Nopelis K. MM

Jabatan : Kepala Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Banten

Proses Perencanaan

1. Bagaimana Dinas Pariwisata Banten dalam melakukan analisis situasi untuk memetakan wisatawan?

Jawab : Kita gak ada melakukan analisis situasi sebelum menentukan wisatawan

2. Kapan Dinas Pariwisata Banten melakukan studi banding sebelum merencanakan sebuah strategi promosi?

Jawab : Kita juga gak ada studi banding dalam menentukan strategi promosi yang akan kita lakukan.

3. Siapa target sasaran yang dituju oleh Dinas Pariwisata Banten?

Jawab : Untuk target sasarannya kami menargetkan untuk yang berkunjung ke wisata yang ada di Provinsi Banten yaitu semua usia, baik wisatawan yang berasal dari luar negeri atau wisatawan yang berasal dari Indonesia sendiri.

4. Bagaimana Dinas Pariwisata Banten menentukan target sasaran?

Jawab : Dengan melakukan diskusi serta koordinasi

5. Bagaimana tujuan dari promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Banten?

Jawab : Untuk tujuan dari promosi sendiri, kami mempunyai tujuan untuk menarik minat dan menarik daya tarik para wisatawan, selain itu juga untuk mengenalkan wisata-wisata unggulan yang dimiliki oleh Banten seperti contohnya, destinasi wisata *7 Wonder Of Banten*, dan juga untuk menarik wisatawan ketempat wisata yang lainnya selain tempat wisata unggulan tersebut. Dan juga dengan kami melakukannya promosi maka secara tidak langsung dapat meningkatkan ekonomi baik untuk masyarakat maupun untuk pendapatan daerah.

6. Pesan apa yang ingin disampaikan oleh Dinas Pariwisata Banten pada target sasaran?

Jawab : Pesannya berupa informasi-informasi untuk memberikan kemudahan buat wisatawan, kita juga ada hastag #ayokkebanten untuk mengajak para calon wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Banten.

7. Berapa anggaran yang digunakan selama melakukan promosi pada tahun 2018-2019?

Jawab : Anggaran yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten tidak besar, karena anggaran yang tersedia menyesuaikan dengan visi-misi gubernur Banten, seperti sekarang kan gubernurnya pak Wahidin Halim, beliau punya visi-misi untuk peningkatan infrastruktur, pendidikan dan kesehatan, jadi pariwisata di kebelakangkan dulu, tapi anggaran tiap tahun ada. Dengan dana yang terbatas, jadinya kita (Dinas Pariwisata Provinsi Banten) jadi kurang bisa meng-eksplor.

8. Bagaimana Dinas Pariwisata Banten menentukan batasan anggaran dalam melakukan promosi?

Jawab : Gimana kita membatasi, kita aja dapat dana anggaran terbatas.

Pelaksanaan Promosi

1. Bagaimana cara Dinas Parwisata Banten menarik target sasaran untuk berkunjung pada destinasi wisata *7 Wonders Of Banten*?

Jawab : Untuk menarik wisatawan kita promosi lewat event-event, selain itu juga ada kita ikut pameran. Media kita menggunakan media cetak, media elektronik dan juga media sosial, media cetak kita punya peta wisata, *pocket map* agar mudah dibawa-bawa, dan biasanya kita simpan di Bandara. Ada juga *Calender of Event* itu sudah mencakup semua event yang ada Banten baik yang nasional maupun yang lokal, karena sudah ada 3 event dari Banten yang sudah masuk kategori *event* nasional. Media sosial, kita menggunakan media *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter*, kita juga dibantu oleh GenPi Banten untuk promosi pariwisata mereka juga punya akun media sosial yang membantu kita dalam promosi. Kita juga ada website, juga kita buat TIC (*Tourist Information Center*) di bandara untuk memberikan informasi tentang wisata di Banten, disana juga kita ada billboard diterminal 3.

2. Bagaimana Dinas Parwisata Banten memanfaatkan *Public Relations* dalam berpromosi?

Jawab : Kalau Humas kita ada publisitas sama *event*. Kita ada banyak *event*, ada yang lokal ataupun event yang ada diluar kota, seperti pameran kita juga banyak ikut. Dari Banten juga ada *event* utama dan juga sudah nasional, seperti Festival Cisadane, Festival Tanjung Lesung juga Seba Baduy. Kita ada Kang dan Nong Banten, pemilihannya setiap dua tahun sekali, duta wisata Banten itu selain untuk mempromosikan kegiatan dan potensi pariwisata, mereka dijadikan sebagai Duta Pajak yang fungsinya untuk mengajak masyarakat Banten tepat waktu dalam membayar pajak.

3. Bagaimana Dinas Pariwisata Banten menggunakan iklan? Seperti apa periklanan yang digunakan?

Jawab : Kita ada brosur, peta wisata dan pocket map, poster buat acara-acara ada juga billboard di Bandara terminal 3. Kalau untuk iklan di televisi kita belum ada, soalnya juga kan dana anggaran kita juga terbatas, pengennya nanti juga kita ngadain iklan lewat televisi.

4. Bagaimana *Personal Selling* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam menarik minat kunjungan?

Jawab : Kalau kita tidak menyelenggarakan, bidang lain. Tapi kita juga tetep mengadakan/melakukan forum/FGD (Forum Group Discussion) kemitraan dengan hotel dan juga melakukan kemitraan mengenai pengembangan destinasi kita juga membentuk kelompok sadar wisata (pokdarwis) memberikan pendampingan bagaimana mereka jadi *tour guide* yang baik buat pengunjung, selain itu juga kita ada pembekalan terhadap SDM pariwisata mengenai cara mereka membuka homestay dan

bagaimana memberikan pelayanan kepada wisatawan yang datang, TIC juga kita gunakan. Buat yang pasca tsunami, kemaren kita (Dinas Pariwisata Provinsi Banten) juga adain workshop tentang sadar wisata itu diikuti oleh pokdarwis, Genpi se-provinsi dan masyarakat.

5. Bagaimana *Sales Promotion* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Banten dalam menarik minat kunjungan?

Jawab : Kita mengadakan *hot deals* setelah ada tsunami agar para wisatawan mau berkunjung dan menginap kembali di *resort* Tanjung Lesung atau hotel-hotel didaerah pantai yang terkena dampak tsunami, *hot deals* ini cuma hotel dan *resort* aja, soalnya disana (Tanjung Lesung) kebanyakan *homestay*, sedangkan *homestay* kan punya pribadi.

6. Bauran promosi apa yang paling sering dilakukan/dipakai dalam melaksanakan promosi? Mengapa?

Jawab : Humas sih yang paling sering kita pakai, seperti event-eventnya, buat publikasi mengenai kegiatan promosi.

7. Bagaimana hambatan selama melaksanakan promosi?

Jawab : Hambatan gak ada sih, palingan itu dana anggarannya masih sedikit.

8. Media apa saja yang digunakan oleh Dinas Parwisata Banten dalam melakukan promosi pada destinasi wisata *7 Wonders Of Banten*?

Jawab : Kita ada media elektronik seperti radio, media cetak koran-koran lokal atau koran nasional, dan juga media online seperti media sosial dan website. Tapi memang untuk promosi media online lebih efektif.

9. Mengapa memilih media tersebut?

Jawab : Media tersebut untuk menjangkau para wisatawan lebih luas, apalagi media sosial.

Evaluasi

1. Bagaimana Dinas Pariwisata Banten melakukan evaluasi setelah melaksanakan promosi?

Jawab : Kita melaksanakan evaluasi setiap tahunan, biasanya akhir tahun.

2. Bagaimana Dinas Pariwisata Banten dalam menentukan keberhasilan sebuah promosi?

Jawab : Kita melihat hasil dari promosi lewat kunjungan wisatawan, sama lamanya pengunjung menginap dihotel karna kan ada yang 3 malam, 2 malam atau cuma ada yang semalem doang.

Narasumber 2

Nama : Ibrohim

Jabatan : Kepala Seksi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang

Perencanaan promosi

1. Bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang dalam melakukan analisis situasi untuk memetakan wisatawan?

Jawab : Kita gak ada sih, soalnya saat ini tuh teh yang penting ada peningkatan gitu.

2. Kapan Dinas Pariwisata kabupaten Pandeglang melakukan studi banding sebelum merencanakan sebuah strategi promosi?

Kita gak ada juga melakukan studi banding

3. Siapa target sasaran yang dituju oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang?

Jawab : Sama sih, kita sasarannya semua wisatawan, seperti wisatawan lokal ataupun wisatawan mancanegara, untuk datang lagi ke Tanjung Lesung, karena di Pandeglang itu bukan hanya Tanjung Lesung, tapi kita sedang fokus untuk mengembalikan wisatawan untuk datang ke Tanjung Lesung sendiri.

4. Bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang melakukan riset sebelum menentukan target sasaran?

Riset sendiri kita gak ada sih teh, kan ini juga dadakan (tsunami)

5. Bagaimana tujuan dari promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang?

Jawab : Kalau tujuan dari promosi ini, untuk menarik minat kembali para wisatawan untuk datang lagi ke Tanjung Lesung, dan untuk meyakinkan para wisatawan bahwa wisata ini sudah pulih kembali

6. Pesan apa yang ingin disampaikan oleh Dinas Pariwisata Banten pada target sasaran?

Jawab : Pesan yang ingin kita sampaikan bahwa sekarang pantai yang ada diselat sunda sudah aman dan sudah pulih kembali, kita juga punya hastag yang kita bagikan disemua media sosial yaitu hastag #selatsundaaman dengan tujuan untuk meyakinkan calon wisatawan bahwa pantai Tanjung Lesung dan pantai-pantai yang terkena dampak sudah aman. Serta untuk meningkatkan kembali minat wisatawan.

7. Berapa anggaran yang digunakan selama melakukan promosi pasca tsunami?

Jawab : untuk pasca tsunami kami (Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang) ada anggaran khusus, dan kami didanai oleh APBD Kabupaten Pandeglang, karna juga terbatas jadi kami meminta bantuan pada Dinas Pariwisata Provinsi Banten, ada juga yang berasal dari Kementrian berasal dari APBN, dan untuk promosi pasca tsunami sekitar 600 juta.

Pelaksanaan Promosi

1. Bagaimana cara Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang menarik target sasaran untuk berkunjung pada destinasi wisata Tanjung Lesung pasca tsunami?

Melalui event pariwisata ya, kemarin ada event Festival Kuliner di Coconut Island itu diadakan sebulan setelah pasca tsunami yang sengaja diadakan untuk memberikan pemahaman bahwa wisata pantai sudah aman kembali, dan juga ada kegiatan dengan mahasiswa dan beberapa stakeholder lainnya dalam bentuk bersih-bersih pantai

2. Bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang memanfaatkan *Public Relations* dalam berpromosi?

Jawab : Lewat event kemarin Festival Kuliner, ada juga event Pandeglang Culture Festival yang bertepatan dengan hari jadi Kabupaten Pandeglang, ini dijadikan sama kita sebagai wadah promosi. Untuk sementara yang sering kerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang, tapi ada beberapa program TV nasional sempat hadir ke Pandeglang, salah

satunya program My Trip My Adventure, tapi memang lebih banyak memang TV lokal seperti Cahaya Tv Banten, Jawa Pos TV juga ada koran-koran lokal Kabar Banten, Satelit News, Radar Banten.

3. Bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang menggunakan iklan? Seperti apa periklanan yang digunakan?

Jawab : Ada poster, baliho, untuk mengiklankan event Festival Kuliner

4. Bagaimana *Personal Selling* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang dalam menarik minat kunjungan pada Tanjung Lesung pasca tsunami?

Jawab : Kita ada kegiatan dengan melibatkan para mahasiswa dan juga seluruh penggerak *stakeholder* pariwisata dalam bentuk bersih-bersih pantai, juga kita memberikan penyuluhan terhadap masyarakat yang terkena dampak tsunami

5. Bagaimana *Sales Promotion* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang dalam menarik minat kunjungan pada Tanjung Lesung pasca tsunami?

6. Bauran promosi apa yang paling sering dilakukan/dipakai dalam melaksanakan promosi? Mengapa?

7. Bagaimana hambatan selama melaksanakan promosi?

Jawab : hambatan kita ada 2 sih teh, pertama keterbatasan dana anggaran itu kendalanya sangat fatal ya, dan yang kedua itu dari internalnya, masih sedikit dari internal yang menyadari kalo promosi penting gitu teh. Dan juga promosinya belum dilakukan secara simultan.

8. Media apa saja yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang dalam melakukan promosi pada destinasi wisata Tanjung Lesung pasca tsunami ?

Jawab : Media kita menggunakan media televisi, radio juga media massa seperti koran, juga media sosial, memang untuk saat ini media sosial paling efektif

Evaluasi Promosi

1. Bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang melakukan evaluasi setelah melaksanakan promosi?
2. Bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang dalam menentukan keberhasilan sebuah promosi?

Jawab : untuk saat ini kita belum melakukan evaluasi, tapi pas lebaran kemarin udah mulai meningkat sih teh, sekitar 50 % itu untuk kunjungan, kalo untuk yang menginap sekita 20 % meningkat.

Narasumber 3

Nama : Desi

Jabatan : Wisatawan

1. Darimana anda berasal?

Jawab : Asalnya dari Jakarta mbak

2. Bagaimana anda mengetahui destinasi wisata *7 wonders of Banten*?
Sebutkan?

Jawab : Kalau untuk *7 Wonders* aku gak tau mbak.

3. Objek apa saja yang sudah anda kunjungi dari destinasi *7 Wonders Of Banten*?

Jawab : Pantai Carita sama Pantai Anyer. Kita milih Pantai Carita karna lumayan kalau dari jakarta sekitar 2 jam lebih jadi gak terlalu jauh, mumpung ini liburan juga lagi liburan sama keluarga. Selain ke Pantai Carita saya juga pernah ke Pantai Anyer, soalnya tempatnya gak terlalu jauh dari Pantai Carita ke Anyer

4. Menurut saudara/i, promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Banten sudah menarik? Mengapa?

Jawab : Kalo buat promosi nya sih lumayan sih mbak, karena saya lebih sering liat di instagram. Kita ke carita sih udah gak takut, kan udah lama juga kejadiannya

5. Bagaimana pesan yang disampaikan dalam media promosi?

Jawab : Kalau aku sering liat wisata-wisata Banten itu lewat Instagram mbak