

# LAMPIRAN

## **Lampiran 2**

### ***Interview Guide***

#### **Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku**

##### **Narasumber:**

- 1) Kabag Pemasaran Disbudpar Provinsi Maluku
- 2) Kasie Promosi Disbudpar Provinsi Maluku

##### **A. Kegiatan Promosi Pariwisata Maluku Pasca konflik**

###### **a) Tahap Perencanaan dan Pelaksanaan**

- a. Pada tahun berapakah setelah periode pasca konflik, kegiatan pengembangan pariwisata Maluku mulai dilakukan kembali?
- b. Seperti apa bentuk pengembangan pariwisata Maluku pasca konflik?
- c. Apakah ada Dinas Pariwisata juga merumuskan kegiatan khusus untuk melakukan promosi pariwisata Maluku?
- d. Apa saja kegiatan tersebut?
- e. Bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku, berjalan sejauh ini?
- f. Kendala-kendala apa saja yang ditemui dalam pelaksanaan kegiatan promosi tersebut?
- g. Apa tujuan dari kegiatan promosi tersebut?
- h. Apa pesan utama yang ingin disampaikan lewat kegiatan promosi pariwisata pasca konflik?

- i. Bagaimanakah langkah-langkah penyusunan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku?
- j. Siapakah / publik manakah yang menjadi target kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan?
- k. Adakah riset-riset tertentu yang dilakukan khususnya mengenai *target market* dari kegiatan promosi yang dilakukan? Dan bagaimana pelaksanaannya?
- l. Saluran komunikasi apa yang kemudian dipilih untuk melakukan promosi pada *target audience*?
- m. Dalam kegiatan promosi tentunya ada penggunaan alat-alat promosi seperti iklan, *sales promotion*, *personal selling* ataupun *public relations*. Pada kegiatan promosi pariwisata Maluku pasca konflik, alat promosi mana saja yang digunakan?
- n. Apa alasan atau pertimbangan yang diambil saat memutuskan menggunakan alat promosi tersebut?
- o. Dari alat-alat promosi yang dipilih, manakah yang benar-benar digunakan dan berfungsi secara efektif?
- p. Bagaimana respon masyarakat khususnya yang menjadi *target audience* mengenai promosi yang dilaksanakan?
- q. Dalam keseluruhan pelaksanaan kegiatan promosi, darimanakah sumber dana didapatkan?
- r. Bagaimanakah proses penetapan anggaran yang dilakukan, khususnya yang dialokasikan untuk kegiatan promosi?

**b) Tahap Evaluasi**

- a. Dari keseluruhan kegiatan promosi pasca konflik dalam rentang waktu 2008 sampai sejauh ini apakah sudah sesuai dengan target yang diinginkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata?
- b. Adakah imbas dari rangkaian kegiatan promosi yang dilakukan terhadap jumlah kunjungan wisatawan ke Maluku pasca konflik?
- c. Seberapa besar pencapaian jumlah kunjungan pariwisata ke Maluku?
- d. Bagaimana proses evaluasi yang ditempuh oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menyangkut kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan?

**1. Narasumber: Ketua Asosiasi Agen Perjalanan Wisata Maluku (ASATA)**

1. Bagaimana perkembangan kegiatan perjalanan wisata ke Maluku pasca konflik menurut pengamatan anda?
2. Kerjasama apa saja yang dilakukan ASATA dengan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Maluku?
3. Adakah program khusus yang ditawarkan oleh agen-agen wisata di Maluku dalam rangka promosi pariwisata Maluku?
4. Bagaimana ASATA melihat program-program promosi pariwisata Maluku pasca konflik yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Maluku?

*Lampiran 3*

**DATA HASIL WAWANCARA**

**Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku**

**Narasumber:**

- 1) Kabag Pemasaran Disbudpar Provinsi Maluku
- 2) Kasie Promosi Disbudpar Provinsi Maluku

**A. Kegiatan Promosi Pariwisata Maluku Pasca konflik**

**a) Tahap Perencanaan dan Pelaksanaan**

*a. Pada tahun berapakah setelah periode pasca konflik, kegiatan pengembangan pariwisata Maluku mulai dilakukan kembali?*

Pasca konflik kegiatan pengembangan pariwisata mati total hingga tahun 2004.

*b. Seperti apa bentuk pengembangan pariwisata Maluku pasca konflik?*

Pengembangan pariwisata pasca konflik pada tahun-tahun awal sekitar tahun 2004-2008 lebih dipusatkan kepada pembangunan fisik. Setelah konflik banyak sekali obyek wisata dan sarana pendukung wisata yang rusak oleh karena itu kami benar-benar memusatkan perhatian untuk memperbaiki sejumlah kerusakan yang terjadi.

*c. Apakah ada Dinas Pariwisata juga merumuskan kegiatan khusus untuk melakukan promosi pariwisata Maluku?*

Kegiatan khusus ada, seperti event-event internasional dan nasional yang diharapkan dapat dilaksanakan dengan Maluku sebagai tuan rumah. Selain itu salah satu yang kami kembangkan adalah kegiatan keikutsertaan Maluku di ajang pameran pariwisata Internasional.

*d. Bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku, berjalan sejauh ini?*

Berjalan cukup baik sebenarnya, namun beberapa kendala seperti kondisi keamanan dan dana kegiatan yang masih belum terlalu mendukung sedikit memberikan kesulitan bagi kami dalam melakukan kegiatan promosi.

*e. Kendala-kendala apa saja yang ditemui dalam pelaksanaan kegiatan promosi tersebut?*

Terbatasnya kualitas staf dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata provinsi Maluku yang khusus menangani program promosi, saya sendiri hanya memiliki tiga orang staff. Selain itu kurangnya dana untuk membiayai promosi terutama promosi ke luar negeri juga menjadi kendala tersendiri. Belum lagi kondisi keamanan Maluku yang stabilitasnya cenderung naik turun.

*f. Apa tujuan dari kegiatan promosi tersebut?*

Tujuan kegiatan promosi kami tentu saja untuk mengubah pendapat masyarakat baik di Indonesia maupun di mancanegara tentang Maluku yang kita tahu sendiri pernah mengalami konflik horizontal, kami ingin orang-orang tidak lagi mengaitkan Maluku dengan konflik yang pernah terjadi. Kami juga ingin menunjukkan kepada masyarakat Maluku yang baru pasca konflik dengan pesona yang masih sama seperti masa dahulu sebelum konflik. Khusus untuk tahun 2010, disesuaikan dengan tema, kami juga ingin memperkenalkan kekayaan budaya Maluku kepada dunia, bahwa Maluku tidak hanya memiliki kekayaan alam tetapi juga budaya yang patut diperhitungkan.

*g. Apa pesan utama yang ingin disampaikan lewat kegiatan promosi pariwisata pasca konflik?*

Pesan utama kegiatan promosi tahun 2010 adalah Maluku sebagai pusat wisata bahari dan budaya. Kami ingin orang-orang mengenal Maluku melalui kekuatan bahari dan budayanya.

*h. Bagaimanakah langkah-langkah penyusunan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku?*

Penyusunan kegiatan promosi dilakukan di masa awal kepengurusan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Maluku. Jadi semua kegiatan untuk periode lima tahun kedepan kami rancang ketika masa jabatan kepengurusan 2004-2008 berakhir. Kami melalui proses yang kurang lebih sama seperti instansi-

instansi lain. Kami melakukan kegiatan analisis situasi, proses penentuan tujuan strategi hingga anggaran.

- i. *Siapakah / publik manakah yang menjadi target kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan?*

Target kami adalah wisatawan baik lokal, nusantara maupun mancanegara. Selain itu target kami juga para investor yang ingin menanamkan modal di Maluku.

- j. *Adakah riset-riset tertentu yang dilakukan khususnya mengenai target market dari kegiatan promosi yang dilakukan? Dan bagaimana pelaksanaannya?*

Tidak ada.

- k. *Saluran komunikasi apa yang kemudian dipilih untuk melakukan promosi pada target audience?*

Kami memilih radio, leaflet, iklan di televisi, koran lokal, dan pembuatan buku panduan wisata.

- l. *Dalam kegiatan promosi tentunya ada penggunaan alat-alat promosi seperti iklan, sales promotion, personal selling ataupun public relations. Pada kegiatan promosi pariwisata Maluku pasca konflik, alat promosi mana saja yang digunakan?*

Iklan, pelaksanaan pameran dan *public relations*

- m. *Apa alasan atau pertimbangan yang diambil saat memutuskan menggunakan alat promosi tersebut?*



Yang terlintas di pikiran kami melihat kepada kondisi yang ada adalah penggunaan alat promosi tersebut. Daripada menggunakan yang lain tetapi pelaksanaannya kemudian nggak maksimal kan lebih baik menggunakan yang sudah sering kami gunakan.

n. *Dari alat-alat promosi yang dipilih, manakah yang benar-benar digunakan dan berfungsi secara efektif?*

Kesemua yang kami pilih berfungsi dengan cukup efektif.

o. *Dalam keseluruhan pelaksanaan kegiatan promosi, darimanakah sumber dana didapatkan?*

Sumber dana kami adalah APBN dan APBD

p. *Bagaimanakah proses penetapan anggaran yang dilakukan, khususnya yang dialokasikan untuk kegiatan promosi?*

Kami biasanya mengajukan kegiatan yang akan dilaksanakan tetapi karena penentuan anggaran sudah ditetapkan sejak awal, maka kami mengikuti peraturan yang ada.

#### **b) Tahap Evaluasi**

a. *Dari keseluruhan kegiatan promosi pasca konflik dalam rentang waktu 2008 sampai sejauh ini apakah sudah sesuai dengan target yang diinginkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata?*

Kalau dibilang sesuai dengan target tentu saja belum semua target terlaksana, akan tetapi bisa dibilang setidaknya kami sudah melangkah maju dan