

INTERVIEW GUIDE INTERNAL

1. Mengidentifikasi Khalayak Sasaran
 - a. Bagaimana Dinas menentukan sasaran khalayak, dalam hal ini adalah wisatawan?
 - b. Dengan obyek wisata yang beraneka ragam, apakah sasaran khalayak/wisatawan yang ditentukan setiap obyek berbeda?
 - c. Wisatawan dengan tipe seperti apakah yang ditentukan sebagai khalayak sasaran?
2. Menentukan tujuan komunikasi atau target yang hendak dicapai
 - a. Apakah tujuan dari komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh dinas?
 - b. Apakah dinas pariwisata memiliki target jumlah pengunjung?
3. Merancang Pesan atau Merumuskan *Promotion Massage*
 - a. Bagaimana merumuskan pesan promosi yang disampaikan khalayak agar berkunjung ke Belitung?
 - b. Pesan promosi seperti apakah yang dipilih Dinas untuk dijadikan materi promosi?
 - c. Mengapa memilih pesan promosi tersebut?
4. Menyeleksi saluran komunikasi (communication chanel dan mass media)
 - a. Saluran Tatap Muka
 - ❖ Apakah Dinas melakukan promosi yang melibatkan dua orang atau lebih atau secara langsung? Misalnya menyampaikan promosi dan

berintraksi melalui telepon, media atau bahkan surat menyurat pribadi?

❖ Jika ya, apa saja kegiatan promosi yang menggunakan saluran tatap muka?

b. Saluran Non Personal

❖ Apakah dinas menggunakan media cetak dalam mempromosikan obyek wisata Belitung? Jika ya, media cetak apa sajakah yang digunakan?

❖ Apakah Dinas menggunakan media elektronik (radio/televisi) dalam mempromosikan obyek wisata Belitung? Jika ya, media elektronik apa sajakah yang digunakan?

5. Menentukan Anggaran Promosi atau *promotion budget*.

a. Berapa jumlah ()

b. Dari manakah anggaran tersebut diperoleh?

6. Menentukan Bauran Promosi atau Instrument Promosi

a. Advertising

❖ Outdoor Travel Advertising

• Materi outdoor travel advertising (Baleho, Poster, Bilboard, dan seterusnya) apa sajakah yang digunakan oleh dinas?

• Dimana sajakah materi promosi outdoor travel advertising itu ditempatkan? (terminal, stasiun, bandara, shopping center, plang jalan dan lain-lain?)

❖ Point of sale

- Materi Point of sale apa sajakah yang digunakan oleh dinas?

b. Sales Support

Apa sajakah bentuk-bentuk dari sales support yang digunakan oleh dinas

| No. | Jenis sales support | Keterangan |
|-----|----------------------|------------|
| 1 | Brochur | |
| 2 | Prospectus | |
| 3 | Direct-mail material | |
| 4 | Folder | |
| 5 | Leaflet | |
| 6 | Booklet | |
| 7 | Guide Book | |
| 8 | Display Material | |

c. Public Relation

- ❖ Bagaimana peran humas dalam membangun publisitas?
- ❖ Kegiatan apa sajakah yang dilakukan oleh P.R dalam mempromosikan pariwisata Belitung?

| No | Jenis kegiatan | Keterangan |
|----|------------------------------------|------------|
| 1 | Press Release | |
| 2 | Press Demonstration | |
| 3 | Press Confrens | |
| 4 | Familiarization Visits | |
| 5 | Participation on Fair, Exhibition | |
| 6 | Inaguration flight or Anniversary | |
| 7 | Travel documentarv Film for cinema | |

7. Mengukur Hasil promosi

- ❖ Bagaimana Dinas proses evaluasi dari strategi promosi yang telah dilaksanakan?
- ❖ Apakah strategi promosi yang telah dilakukan telah membuat target tercapai?

8. Mengelola dan Mengkoordinasikan Proses Komunikasi Pemasaran

- ❖ Bagaimana Dinas melakukan proses evaluasi dari strategi promosi yang telah dilaksanakan?
- ❖ Apakah Dinas mempertimbangan jenis media baru yang lebih lengkap dan actual untuk mempromosikan pariwisata Belitung?misal internet,.