

Interview Guide

Untuk mendapatkan informasi atau data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan mengenai pelaksanaan strategi promosi pariwisata maka peneliti merumuskan beberapa pertanyaan, sebagai berikut.

1. Karakter wisatawan
 - a. Karakter wisatawan seperti apa yang menjadi target dari dinas pariwisata kab. Bolaang Mongondow Selatan?
 - b. Kenapa wisatawan seperti itu yang menjadi target dari dinas pariwisata?
 - c. Bagaimana cara dinas pariwisata memilih karakter wisatawan yang menjadi target promosi?
2. Informasi yang dibutuhkan wisatawan
 - a. Bagaimana cara dinas pariwisata mencari tahu informasi apa saja yang dibutuhkan wisatawan?
 - b. Jika menggunakan metode, seperti apa metode yang dilakukan? Dan kenapa memilih metode tersebut?
 - c. Bagaimana cara dinas pariwisata memberikan informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan?
 - d. Jika menggunakan metode, seperti apa metode yang dilakukan, dan kenapa memilih metode tersebut?

3. Karakter produk wisata
 - a. Karakter produk wisata seperti apa yang ada di kab. Bolaang Mongondow Selatan?
 - b. Dengan karakter seperti itu metode promosi seperti apa yang dijalankan dinas pariwisata?
 - c. Adakah karakter produk wisata unggulan di kab. Bolaang Mongondow Selatan?
 - d. Kalau ada bagaimana karakter produk wisata unggulan tersebut? Dan kenapa itu dijadikan sebagai produk wisata unggulan?
4. Sumber daya yang dimiliki
 - a. Sumber daya apa saja yang ada di kab. Bolaang Mongondow Selatan?
 - b. Dari Sumber daya yang dimiliki, bagaimana cara dinas pariwisata mengelolah sumberdaya tersebut?
 - c. Sudah sejauh mana dinas pariwisata mengelola sumberdaya yang dimiliki?
 - d. Adakah masalah yang dihadapi dinas pariwisata dalam mengelolah sumber daya yang ada di kab. Bolaang Mongondow selatan khususnya yang berhubungan dengan dinas pariwisata?
5. Ciri atau bentuk komunikasi untuk setiap komponen promosi yang tersedia
 - a. Bentuk Komunikasi atau seperti apa yang digunakan dinas pariwisata untuk melaksanakan promosi?
 - b. Kenapa memilih komponen promosi tersebut?

- c. Dalam proses tersebut adakah masalah yang dihadapi?
- d. Kalau ada, masalah seperti apa yang dihadapi? dan bagaimana dinas pariwisata memecahkan masalah tersebut?
- e. Selain itu adakah metode komunikasi lain yang dihadapi oleh dinas pariwisata?

6. Posisi atau kedudukan dengan pesaing – pesaing utama

- a. Dalam mengelolah pariwisata tentunya dinas pariwisata kab. Bolaang Mongondow Selatan, memiliki pesaing yang sama – sama mengembangkan potensi wisata, daerah mana yang menjadi pesaing kab. Bolaang Mongondow Selatan?
- b. Bagaimana posisi kab. Bolaang Mongondow Selatan dengan pesaingnya?
- c. Dari segi penataan pariwisata siapakah yang lebih unggul?
- d. Apakah kelebihan dari kab. Bolaang Mongondow Selatan dibandingkan daerah lain?
- e. Apa Kekurangan kab. Bolaang Mongondow Selatan dalam pelaksanaan Pengelolaan pariwisata khususnya?
- f. Bagaimana dinas pariwisata Menyiasati kekurangan tersebut?

7. Mengidentifikasi Target Audience

- b. Kenapa? Bila menggunakan metode, metode seperti apa yang dilakukan dinas pariwisata sebelum mengidentifikasi Target audience?
- c. Bagaimana dinas pariwisata melakukan identifikasi terhadap Target audience?

8. Menentukan Tujuan Promosi

- a. Apakah dinas pariwisata menentukan tujuan promosi sebelum melakukan promosi?
- b. Bagaimana dinas pariwisata menentukan tujuan promosi? Bila menggunakan metode, metode apa yang dilakukan?
- c. Kenapa Memilih Metode tersebut?

9. Merancang pesan

- a. Bagaimana dinas pariwisata merancang pesan promosi.?
- b. jika menggunakan metode untuk merancang pesan promosi metode apa yang digunakan?
- c. kendala apa yang dihadapi dalam merancang pesan promosi?
- d. Pesan apa yang di sampaikan Selama Tahun 2010-2013?

10. Menetapkan Jumlah Anggaran promosi

- a. Bagaimana cara dinas pariwisata dalam menentukan Anggaran Promosi?

- b. Apakah dinas pariwisata menentukan batasan untuk anggaran

- c. Sumber anggaran Promosi berasal dari mana?
- d. Berapakah besaran anggaran Promosi yang disediakan oleh dinas pariwisata kab. Bolaang Mongondow Selama pertahunnya?

11. Mengukur Hasil Promosi

- a. Bagaimana cara dinas pariwisata mengukur hasil promosi?
- b. Metode Seperti apa yang di jalankan dinas pariwisata untuk mengukur hasil promosi?
- c. Kenapa menggunakan metode tersebut?
- d. Adakah data peningkatan wisatawan, setelah melakukan promosi?
- e. Seberapa besar peningkatan wisatawan setelah melakukan promosi?

12. Mengelolah dan Mengkoordinasi Proses Komunikasi

- a. Bagaimana dinas pariwisata mengkoordinasikan proses komunikasi agar berjalan baik?
- b. Masalah apa yang dihadapi dalam Mengkoordinasi dan Mengelolah proses komunikasi?
- c. Bagaimana dinas pariwisata Menghadapi masalah yang sering terjadi dalam mengelolah dan mengkoordinasikan proses komunikasi?

13. Menentukan Bauran Komunikasi/promotion mix

- c. Kenapa tidak memilih media yang lain?
- d. Bagaimana pengaruh media tersebut?
- e. Bagaimana Strategi Time Line Media?
- f. Dimana media promosi di tempatkan?

14. Tanggapan Wisatawan

- a. Menurut Anda bagaimana pelaksanaan promosi yang dijalankan oleh dinas pariwisata kab. Bolaang Mongondow Selatan?
- b. Apakah Anda puas dengan pengelolaan tempat wisata di kab. Bolaang Mongondow Selatan?
- c. Darimana anda Mengetahui tentang objek wisata di kab. Bolaang Mongondow Selatan?
- d. Bagaimana menurut anda tentang tempat wisata di Bolaang Mongondow Selatan, jika dibandingkan dengan daerah lain?

