

TRANSKRIP WAWANCARA

Transkrip wawancara dengan bagian pemasaran dan promosi Dinas Pariwisata Lombok Tengah

1. **Bagaimana identifikasi target *audience* yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah?**

Kita sudah memilah wisatawan, pertama kita mendapatkan data dari kementerian dan organisasi pariwisata dunia yang bisa diakses mengenai bagaimana pergerakan wisatawan di dunia ini kecenderungan umur, laki, perempuan berpengaruh semua. Misalnya perempuan sangat berpengaruh di luar negeri dalam melakukan pembelian. Keputusan untuk membeli cenderung ada pada perempuan, kemudian anak muda kalau dia masih sekolah cenderung melibatkan emosional.

2. **Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah melakukan identifikasi target *audience* sebelum melakukan kegiatan promosi?**

Kita bisa menyatakan kalau sekarang di Asia Pasific orang cenderung ke wisata special interest sehingga semua produk wisata harus disesuaikan dengan maunya pasar atau yang disebut target audience. Banyak orang membuat desa-desa wisata atau obyek-obyek wisata tapi dia tidak tau mau dijual ke mana atau siapa pembelinya kita harus berpikir dengan ilmu ekonomi ketika menjual produk A kita tidak harus mencari pasar tetapi sudah melakukan analisa pasar, pasarnya ini-ini jadi tidak gegabah. Kalau desa wisata dalam mengemas desa wisata tidak hanya benda tapi yang paling penting adalah apa yang ada di balik benda, bagaimana tarian tercipta dan untuk apa.

3. **Bagaimana cara Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam menentukan tujuan promosi?**

Dalam melakukan promosi kita tidak boleh gegabah karena ini menyangkut dana yang cukup besar. Untuk festival bau Nyale kemaren saja menghabiskan dana lebih dari 1 milyar, sehingga kita perlu menentukan agar promosi tepat sasaran

4. **Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah menentukan tujuan promosi?**

Ya jelas tujuan promosi yang kita lakukan itu untuk memperkenalkan objek wisatanya supaya banyak yang berkunjung yang bertanggung jawab seperti menjaga kebersihan dan sebagainya. Dengan bertambahnya kunjungan wisata berarti PAD juga meningkat sehingga masyarakat dapat merasakan manfaat dari kegiatan pariwisata (wawancara tanggal 13 Desember 2017).

5. **Bagaimana proses merancang promosi dalam memperkenalkan Desa Sade?**

Untuk semua bahan promosi yang kita produksi, terkait pesan seperti apa yang ingin disampaikan dari semua bahan promosi kita, itu kita rapatkan di seksi promosi dan pemasaran bersama staf-staf yang ada, ada staf khusus yang menangani informasi wisata, ada staf yang pemasaran nah ada juga staf yang khusus menangani untuk pembuatan bahan promosinya, kita berkoordinasi merancang semuanya sebelum terbit ke khalayak umum. Sebelum itu kita mencari tahu terlebih dahulu apa yang menjadi keunggulan dari objek wisata dan kemudian dari keunggulan itu barulah kita merancang pesan seperti apa agar orang tertarik untuk melihat dan membaca bahan promosi yang disebar luaskan, kalimatnya seperti apa supaya orang tertarik buat baca, kata-katanya mungkin singkat tapi mempengaruhi orang untuk membaca dan harapannya untuk datang kesini (wawancara dengan Bapak L. Sulfa Halim, MT tanggal 13 Desember 2017).

6. **Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah perlu merancang promosi Desa wisata Sade?**

Jadi begini ya dalam melakukan promosi pertama kita akan berusaha menumbuhkan perhatian dari wisatawan terhadap objek wisata sehingga mereka tertarik dan timbul keinginan untuk melakukan kunjungan dan selanjutnya mau berkunjung ke objek wisata tersebut.

7. **Bagaimana cara Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam menyeleksi saluran-saluran komunikasi untuk mempromosikan Desa Sade?**

Untuk saluran komunikasi personal ini kami lakukan lewat siaran radio dan talkshow di TV, itu biasanya Kepala Dinas yang ngisi, kan disitu biasanya ada tanya jawabnya juga terus biasanya yang nonton juga bisa telepon langsung buat nanyanya seputar wisata Desa Sade. Radio biasanya juga begitu, kita siaran radio setiap satu minggu sekali di situ biasanya juga tanya jawab lewat telepon dengan pendengarnya. Kita juga memanfaatkan media sosial website untuk melihat tanggapan dari pengunjung lewat postingan komentar di medsos, nah disana kita biasanya juga merespon langsung komentar-komentar dari pengunjung (wawancara dengan Bapak L. Sulfa Halim, MT tanggal 13 Desember 2017).

Untuk televisi kebetulan di tahun ini kita bekerjasama dengan stasiun televisi dalam program acara *My Trip My Adventure* "Pesona Pulau Lombok" tanggal 24 Desember 2017 pada salah satu televisi swasta di Indonesia. Untuk media televisi biasanya bentuk kerjasamanya mereka masukin surat ke kantor perihalnya permohonan kerjasama dan fasilitas, dari surat itu kita konfirmasi kalau kita terima berarti kita menanggung semua fasilitas selama liputan, seperti pendampingan selama waktu liputan, tergantung pengajuan mereka, mana yang mereka ajukan dan mana yang kita sanggupi biasanya dikoordinasikan kembali, setelah sama-sama sudah sepakat kemudian dari pihak media meliput daya tarik wisata.

Sejauh ini kita juga buat billboard, kita juga buat untuk kalender event yang dicetak besar dipasang di depan kantor dinas pariwisata. Kita buat baliho misalkan ada event-event saja, karena kalau baliho kan sifatnya sementara artinya itu kita gunakan untuk kegiatan yang sifatnya sementara juga. Kalau leaflet, guide book yang cetakan seperti itu kita juga bikin, kita produksi di awal tahun. Itu biasanya kita sebarkan pas lagi pameran pariwisata sama roadshow atau lagi ada travel dialog ke luar kota (wawancara dengan Bapak L. Sulfa Halim, MT selaku Kabid promosi dan pemasaran dinas pariwisata).

8. **Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah perlu menyeleksi saluran-saluran komunikasi untuk mempromosikan Desa Sade?**

Kami memanfaatkan event-event dan program siaran langsung radio dan televisi. Hal tersebut dilakukan untuk menjelaskan secara langsung serta tanya jawab dengan calon wisatawan terkait daya tarik wisata yang ada di Desa Sade.

9. **Bagaimana Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam menentukan jumlah anggaran promosi?**

Dinas melakukannya secara bersama-sama untuk seluruh objek wisata yang ada di Lombok Tengah. Anggaran promosi dinas pariwisata Lombok Tengah menggunakan dana disesuaikan dengan kemampuan dinas pariwisata.

10. **Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah perlu menentukan jumlah anggaran promosi?**

Anggaran perlu kita susun untuk melakukan evaluasi apakah pelaksanaan kegiatan telah sesuai atau belum sehingga kita dapat melakukan upaya-upaya perbaikan dalam promosi serta memperbaiki berbagai kekurangan yang ada.

11. **Bentuk-bentuk promosi apa saja yang telah dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade? Mengapa memilih bentuk-bentuk promosi tersebut?**

Sejauh ini kita dari dinas bikin website, baliho, spanduk, dan leaflet. Untuk baliho kalender event kita letakkan di depan kantor, kemudian ada juga billboard di beberapa lokasi. Hanya dua itu. Sisanya spanduk yang ada di objek-objek wisata, itu biasanya yang bikin dari pengelola objek wisatanya.

Kalau media sosial kita baru memanfaatkan website. Website ini kami manfaatkan sebagai media untuk meminta pendapat masyarakat umum apakah informasi yang kami posting informatif, atau sudah ketinggalan, atau media sosialnya sudah lama tidak kami update lagi.

12. **Bagaimana pengaruh dari promosi tersebut terhadap minat berkunjung wisatawan?**

Ada beberapa wisatawan khusus yang kita tanya bagaimana tentang leaflet tersebut, apakah leaflet ini komunikatif, apakah redaksi dari leaflet ini sudah pas atau belum, apakah leaflet ini desainnya sudah menarik. Biasanya itu kita lakukan ketika lagi ada acara pameran, travel dialog, roadshow promosi, lalu

ketika ada tamu-tamu kedinasan yang berkunjung ke lokasi wisata. Nah hal-hal seperti itu menurut kami wisatawan harus diminta pendapatnya karena mereka merupakan pengguna dari bahan-bahan tersebut.

13. Bagaimana mengukur tingkat keberhasilan promosi wisata Desa Sade?

Kalau promosi yang kita laksanakan kan tidak bisa langsung ada hasilnya, kalau hasil itu kan biasanya nanti efeknya itu bisa kita lihat dalam satu tahun, misalnya dalam kurun waktu satu tahun meningkat atau tidak kunjungan wisatanya. Jadi dari hasil kunjungan itulah kita dapat mengukur hasil dari promosi yang kita laksanakan, kalau kunjungannya menurun berarti ada permasalahan dari program promosi atau aspek lain yang kita laksanakan, kalau pengunjungnya meningkat itu berarti program promosi ataupun program-program yang bersangkutan yang kita laksanakan sudah tercapai tujuannya. Dari data kunjungan itulah bahan kita untuk melakukan evaluasi.

14. Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah perlu melakukan koordinasi dalam mempromosikan Desa Sade?

Setelah keseluruhan promosi telah dilaksanakan salah satu poin penting yang perlu diperhatikan adalah kesan pengunjung apakah mereka puas atau tidak, karena kesan pengunjung itu umumnya akan mereka sampaikan lagi ke orang-orang lain setelah mereka berkunjung. Ya itu secara tidak langsung menjadi salah satu promosi. Ketika wisatawan itu mendapatkan pelayanan yang baik, maka akan menimbulkan dampak yang baik juga bagi promosinya.

15. Bagaimana koordinasi promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah?

Jadi dalam satu tahunnya program ataupun kegiatan yang kita laksanakan cukup beragam. Setiap kita selesai menyelenggarakan suatu kegiatan, kita adakan rapat koordinasi dengan agenda evaluasi yang fungsinya untuk melihat apa yang menjadi kekurangan dari kegiatan yang telah kita selenggarakan baik secara teknis penyelenggaraan maupun dari segi promosinya.

Transkrip wawancara dengan Kepala Dusun Sade

Bagaimana promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade?

Kegiatan promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah untuk mempromosikan Desa Sade salah satunya adalah dengan mengikutsertakan kelompok-kelompok masyarakat secara rutin dalam pelatihan-pelatihan untuk menjadi pemandu wisata (guide) bagi wisatawan yang datang ke Desa Sade.

Transkrip wawancara dengan wisatawan Dusun Sade

1. Bagaimana anda mengetahui tentang desa wisata Sade di Lombok Tengah?

Saya tahu desa sade dari teman (viral) karena desa sade adalah salah satu desa wisata yang masih mempertahankan adat istiadat sasak itu sendiri sehingga perlu tetap dijaga kelestariannya.

2. Mengapa anda tertarik untuk berkunjung ke Desa Sade?

Karena wisata sade adalah wisata budaya, dan di sini juga ada kerajinan tenun yang masih tradisional dan itu yang membuat saya dan keluarga tertarik.

3. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Lombok tengah dalam menarik minat orang-orang untuk berkunjung ke Desa Sade?

Saya mengetahui desa wisata Sade ini dari internet, karena saya dan isteri senang dengan traveling tentang kebudayaan Indonesia. Saya tidak tahu bentuk promosi yang dilakukan dinas pariwisata yang jelas saya tahu desa sade dari internet apakah itu salah satu bentuk promosi dinas atau tidak saya tidak tahu.

16. Bagaimana identifikasi target *audience* yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah?
17. Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah melakukan identifikasi target *audience* sebelum melakukan kegiatan promosi?
 - A. Menentukan tujuan komunikasi
 1. Bagaimana cara Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam menentukan tujuan promosi?
 2. Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah menentukan tujuan promosi?
 - B. Merancang pesan
 1. Bagaimana proses merancang promosi dalam memperkenalkan Desa Sade?
 2. Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah perlu merancang promosi Desa wisata Sade?
 - C. Menyeleksi saluran komunikasi
 1. Bagaimana cara Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam menyeleksi saluran-saluran komunikasi untuk mempromosikan Desa Sade?
 2. Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah perlu menyeleksi saluran-saluran komunikasi untuk mempromosikan Desa Sade?
 - D. Menentukan jumlah anggaran promosi
 1. Bagaimana Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam menentukan jumlah anggaran promosi?

2. Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah perlu menentukan jumlah anggaran promosi?
- E. Menentukan bauran promosi
1. Bentuk-bentuk promosi apa saja yang telah dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade? Mengapa memilih bentuk-bentuk promosi tersebut?
 2. Bagaimana pengaruh dari promosi tersebut terhadap minat berkunjung wisatawan?
 3. Mengapa tidak memilih bentuk promosi yang lain?
- F. Mengukur hasil-hasil promosi
1. Bagaimana mengukur tingkat keberhasilan promosi wisata Desa Sade?
 2. Mengapa perlu dilakukan pengukuran tingkat keberhasilan promosi wisata Desa Sade?
- G. Mengelola dan mengoordinasi proses komunikasi
1. Mengapa Dinas Pariwisata Lombok Tengah perlu melakukan koordinasi dalam mempromosikan Desa Sade?
 2. Bagaimana koordinasi promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah?

Wawancara dengan Kepala Dusun Sade

1. Bagaimana promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Lombok Tengah dalam mempromosikan Desa Sade?

2. Bagaimana saran anda kepada Dinas Pariwisata Lombok Tengah untuk lebih meningkatkan kunjungan wisatawan Desa Sade?

Wawancara dengan Wisawatan

4. Bagaimana anda mengetahui tentang desa wisata Sade di Lombok Tengah?
5. Mengapa anda tertarik untuk berkunjung ke Desa Sade?
6. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Lombok tengah dalam menarik minat orang-orang untuk berkunjung ke Desa Sade?
7. Bagaimana saran anda untuk perkembangan wisata Desa Sade?