

## LAMPIRAN

### A. Interview Internal

#### Bagian Pemasaran Disporabudpar Kota Tasikmalaya.

1. **Apa itu TOF (Tasikmalaya Oktober Festival), serta bagaimana awal diselenggarakannya *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival)?**

jadi gini a, Tasikmalaya oktober festival itu rangkaian dari hari jadi kota tasikmalaya, jadi event itu tiap tahun diselenggarakan, munculnya dari TOF itu sendiri sudah tiga tahun mulai dari tahun 2016 gitu ya a singkatna

2. **Bagaimana penyelenggaraan *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) Tahun 2017 dibandingkan tahun-tahun sebelumnya?**

dari tema a, jadi kalo 2017 itu temanya kita mengangkat tema produk kretaif unggulan payung geulis, tah kalo tahun 2018 ini kita mengangkat tema dari bordir, tapi tema dari keseluruhan itu kalo tahun 2017 adalah tasikmalaya untuk semua

3. **Siapa saja yang terlibat dalam penyelenggaraan *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) Tahun 2017?**

yang terlibat dari kegiatan tasikmalaya oktober festival itu dari beberapa OPD disini, karena tasikmalaya oktober festival itu teh bukan berdiri sendiri karena ada beberapa OPD yang menyelenggarakannya, kerja sama dari bank BI juga tah kebetulan kita dari disporabudpar ini dipercaya untuk menyelenggarakan heleran budaya, ditambah dengan gelar budayanya yaitu menyelenggarakan gelar budaya dari komunitas-komunitas yang ada di kota tasikmalaya dan yang ada diluar kota tasikmalaya untuk perform di masing-masing both yang telah disiapkan atau panggung yang disiapkan karena dalam kegiatan tersebut kita menyelenggarakan selama tiga hari tiga malam, itu adanya di tempat expo kegiatan, itu dijalan HZ Musthafa

4. **Bagaimana Perencanaan promosi *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) 2017 dilakukan?**

perencanaan promosinya kita kan mengundang dari beberapa provinsi khususnya sejawa barat dan seindonesia yang mengikuti dalam kegiatan tasikmalaya oktober festival tersebut, kita undang mereka-mereka, nah mereka juga berpartisipasi dalam kegiatan UKM itu sendiri, mereka juga mempromosikan di dinas masing-masing

5. **Apa saja yang dilakukan dalam perencanaan promosi *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) 2017?**

kita sih kalo untuk perencanaan dari mulai januari udah mempersiapkan, kita kan dalam perencanaan itu kan mengadakan event besar itu direncanakan dari awal, kita juga merancang dari mulai rencana kerja anggaran itu sendiri, terus kira-kira dengan dana yang disediakan oleh APBD itu sekian kita harus bisa memberikan bahwa jumlah sakitu teh harus bisa dipake ini ini ini, kita bentuk tuh timnya dulu meliputi penanggung jawabnya, anggarannya, tujuannya,

strateginya, untuk penanggung jawab kegiatan promosi sih semua event yang kita selenggarakan itu oleh bagian pemasaran divisi promosi, ya termasuk event ini TOF 2017, Strategi promosi TOF 2017 itu ya dari pemberitaan media, dari media elektronik ada, media cetak ada, online juga ada. Untuk iklan eventnya kita menempelkan poster-poster dan ikon-ikon kerajinan tangan yang ditempel di hotel-hotel, bank, kita juga menggandeng teman-teman media tapi kebanyakan media lokal yang ada ditasik, untuk media nasional nya ya paling liputan pas pembukaan acaranya, kita juga melakukan kunjungan ke dinas-dinas dari luar kota tasikmalaya. Dulu waktu 2017 kita merencanakan untuk launching juga di Jakarta sama kemenpar RI setelah itu baru kita melakukan tahap untuk promosinya kaya bikin poster, pamlet, ngundang media untuk beritanya ya seperti itulah.

**6. Siapa saja target sasaran dari promosi Dinas melalui Event TOF (Tasik Oktober Festival) ?**

targetnya iya banyak a, kita mengekspos kegiatan kita dengan mengunggulkan tujuh komoditi unggulan dari kota tasikmalaya, itu untuk kalangan semua masyarakat. event itu kan bisa dikunjungi oleh siapa aja ya a, untuk segmentasinya sih masyarakat umum dan semua kalangan lah mulai dari kalangan bawah sampai atas menjadi target sasaran karena event TOF ini memang ditujukan untuk semua kalangan masyarakat dan seluas mungkin baik dalam kota, luar kota maupun luar negeri juga, itu kan kalo event TOF 2017 itu dapat mendatangkan banyak pengunjung bisa berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat Tasik, dan juga berdampak pada PAD (pendapatan asli daerah) mereka itu yang berkunjung juga gak cuma orang tasik a, ada dari luar daerah, ada juga wisatawan luar negeri yang berkunjung ke event ini mungkin mereka kebetulan juga lagi wisata ke tasik. kami menargetkan secara umum ya, semua kalangan masyarakat, gak ada yang secara khusus kok, segala umur mulai dari pelajar, mahasiswa sampai masyarakat umum, sedangkan untuk Sosial Ekonomi Status (SES), Dinas Pariwisata Kota Tasikmalaya menyasar semua kalangan karena memang adanya *event* TOF ini ditujukan untuk masyarakat luas jadi semua orang boleh datang

**7. Mengapa Dinas menentukan target sasaran tersebut?**

ya karena kami ingin lebih memberikan pengenalan potensi-potensi kita ini yang ada di tasikmalaya, sehingga masyarakat bisa mengenali potensi di daerahnya sendiri, kan gak semua orang tasikmalaya tau, kalo untuk wisatawan kan itu jelas kami ingin memperkenalkan UMKM atau produk-produk yang ada di tasikmalaya, ya harapan kami apa yang dimiliki oleh tasikmalaya dikenali di daerahnya.

**8. Apa tujuan dari strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas?**

tujuan utama dari promosi kami ini udah jelas ya untuk menarik pengunjung agar mau hadir kedalam gelaran event TOF itu, jadi supaya masyarakat kota tasikmalaya umumnya ya atau masyarakat diluar kota tasikmalaya mereka ingin mengunjungi event ini, sehingga mereka tau bahwa dikota tasikmalaya ini mempunyai produk kreatif unggulan yang bisa dijual, produk-produk dari Tasik, kita juga udah berusaha semaksimal mungkin untuk mempromosikan event TOF 2017 itu agar bisa dikunjungi oleh banyak orang, kalo pengunjung nya

banyak kan itu bisa meningkatkan perekonomian masyarakat Tasik juga melalui penjualan, ya harapannya sih jadi tujuan wisata khususnya para wisatawan

**9. Pesan promosi seperti apa yang dipilih oleh dinas untuk meningkatkan pengunjung tahun 2017 ?**

rancangan pesan pada dasarnya memang harus bisa memuat informasi seputar penyelenggaraan event itu sih. Harus memberikan informasi yang detail, yang mana nantinya akan sesuai dengan harapan yang ingin dicapai. Dan masalahnya kan bukan itu saja kita harus bisa membuat pesan yang mudah diterima oleh masyarakat sehingga nanti dalam penyebarannya masyarakat akan membaca informasi tersebut. Tim promosi selalu melakukan diskusi setiap event akan diselenggarakan termasuk membahas pesan apa yang akan kita sampaikan didalam event itu, kan gitu ya. pesan promosi pada event TOF 2017 kita menginformasikan berbagai informasi mulai dari tema, kegiatan, pengisi acara, lokasi, hiburan dan lain-lain yang berkaitan dengan penyelenggaraan event itu dan waktu itu pada gelaran TOF 2017 itu kita mengusung tagline “Tasik Geulis” karena pada saat itu memang tema nya lebih menonjolkan berbagai produk kreatif, kita juga memiliki tujuh komoditi unggulan, harapannya ya untuk mereka pengunjung memiliki penilaian bahwa event TOF ini merupakan event yang mendukung pemberdayaan UMKM

- **Saluran Komunikasi Personal**

**10. Apakah Dinas melakukan promosi yang melibatkan dua orang atau lebih secara langsung? Misalnya, menyampaikan promosi dan berinteraksi melalui telfon, media email, pameran atau kegiatan lainnya? Jika iya, kegiatan promosi apa saja yang dilakukan menggunakan saluran komunikasi personal?**

Melakukan kunjungan kerja dinas

- **Saluran Komunikasi Non Personal**

**11. Apakah Dinas menggunakan media cetak dalam mempromosikan eventnya untuk meningkatkan pengunjung tahun 2017 ? Jika iya, media cetak apa saja yang digunakan? Mengapa memilih media tersebut?**

Ada sih a, media promosi yang kita gunakan dalam promosi event TOF 2017 itu pake jejaring sosial, website, youtube, bekerjasama dengan kemenpar, Diskominfo Kota Tasik, kita waktu itu lauchingnya di Jakarta oleh kemenpar, bekerjasama dengan Dinas-Dinas juga, dan bekerjasama dengan media melalui berita-berita yang disampaikan, pemilihan media promosi ini dikarenakan lebih efektif dan langsung tertuju pada masyarakat kita menggunakan media cetak, kita menggandeng temen-temen media, melakukan konferensi perss juga untuk pemberitaan. alasannya ya saya kira media yang kita gunakan itu sangat efektif dan dapat dijangkau oleh kalangan luas ya, kita berusaha untuk menysasar ke masyarakat yang menggunakan media tersebut, kan seperti yang saya bilang tadi event ini untuk siapa aja boleh datang, cakupan targetnya juga luas a

**12. Apakah Dinas menggunakan media elektronik seperti radio atau televisi dalam mempromosikan eventnya dalam meningkatkan**

**pengunjung tahun 2017 ? Jika iya, media apa saja yang digunakan? Mengapa memilih media tersebut?**

Jawab : media televisi yang kita gunakan, ya alasannya sama a

- 13. Apakah Dinas menggunakan media luar ruang seperti billboard, baliho, poster, spanduk, unbul-umbul, dalam mempromosikan eventnya untuk meningkatkan pengunjung tahun 2017? Jika iya media luar ruang apa yang digunakan? Mengapa memilih media tersebut?**

ada, tapi kita fokusnya ke area dekorasi design langsung masukin ke hotel-hotel memberikan pamplet, ada ke bank juga, , ya biasanya sebulan sebelum diselenggarakan biasanya kita pasang spanduk di tempat-tempat yang ramai dikunjungi.

- 14. Apakah Dinas menggunakan media lini bawah seperti pameran, leaflet, dan direct mail dalam mempromosikan eventnya untuk meningkatkan pengunjung tahun 2017 ? Jika iya, media apa saja yang digunakan? Dan mengapa menggunakan media tersebut?**

- 15. Apakah Dinas menggunakan media online seperti social media, website, facebook, twitter, atau instagram dalam mempromosikan eventnya untuk meningkatkan pengunjung tahun 2017 ? Jika iya, media apa saja yang digunakan? Dan mengapa menggunakan media tersebut?**

iya ada, pas waktu TOF 2017 itu kita melakukan promosi menggunakan media sosial, di Instagram ada, website ada, youtube juga ada. Kita menginformasikan secara detail mulai dari waktunya kapan, yang dihadirkan apa aja, lokasi, hiburan dll. untuk saat ini sih promosi melalui media sosial ini memiliki efek yang sangat besar mengingat sekarang ini kan hampir seluruh masyarakat untuk mengakses informasi di internet itu memang sangat-sangat mudah, nah kita ingin menyasar masyarakat itu a, kami bekerja sama dengan akun-akun media sosial yang banyak di ikuti, itu merupakan salah satu faktor pendukung dalam promosi kita

- 16. Promosi melalui media apa yang paling efektif ?**

ya kalau untuk sekarang ini mungkin medsos ya, untuk memviralkan semua memang dari medsos, orang cepet tau semua informasi dari medsos, banyak sih a pendukungnya kita memviralkan kegiatan tersebut, jadi sebelum acara kegiatan itu diselenggarakan kita sudah mulai menginformasikan kepada masyarakat khalayak banyak untuk memberikan informasi bahwa tanggal sekian bulan sekian akan diadakan tasikmalaya oktober festival gitu. untuk saat ini saya rasa memang kegiatan promosi melalui media sosial itu sangat efektif, apalagi instagram sama youtube, bisa dilihat kan banyak sekali akun-akun yang memposting foto atau video pada gelaran event itu untuk sekarang ini hampir seluruh masyarakat menggunakan internet, dan mendapat informasi pun sangat mudah, menyebarnya juga sangat cepat

- 17. Adakah kegiatan kerjasama yang dilakukan Dinas dengan pihak eksternal sebagai bentuk pendukung dari kegiatan promosi eventnya ?**

oh banyak a, ada kominfo, hotel-hotel bintang tiga yang ada disini, bank juga ada, temen-temen media juga yg selalu mendukung kegiatan

kita, akun-akun instagram juga yang banyak pengikutnya, kita sangat didukung banget oleh mereka.

- 18. Kendala apa yang dihadapi selama melakukan kegiatan promosi ?**  
Banyak a, makanya dari setiap evaluasi masih ada kekurangan dan kelemahan masih ada, salah satunya dari segi anggaran nya, segi SDM nya juga, segi fasilitas,
- 19. Adakah anggaran khusus dari Dinas terkait dengan upaya promosi eventnya ? Jika ada, untuk kebutuhan/kegiatan apa saja anggaran tersebut?**  
Anggaran kita dibantu dari APBD pemkot, lalu kita yang mengaturnya mulai dari segi promosi nya sampai penyelenggaraannya
- 20. Mengapa memutuskan mengenai anggaran tersebut?**  
Kita gak ada anggaran secara khususnya kok, selama ini kita Cuma berdasarkan pengeluaran dari tahun sebelumnya aja, gak jauh beda lah selisihnya
- 21. Apakah Dinas melakukan kegiatan beriklan dalam mempromosikan eventnya? Kapan biasanya melakukan kegiatan beriklan? Mengapa memilih beriklan dalam melakukan kegiatan promosi?**  
Kalo untuk saat ini mah kita pakai periklanan, Humas, media *online*, di publikasikan dalam melakukan bauran promosi guna untuk memasarkan event TOF 2017 melalui ajakan kepada mereka untuk menghadiri *event* TOF ini
- 22. Apakah Dinas melakukan kegiatan promosi langsung dalam mempromosikan eventnya? Kapan biasanya melakukan kegiatan tersebut? Mengapa memilih promosi langsung dalam melakukan kegiatan promosi?**  
Paling kalo langsung itu waktu kita melakukan kunjungan ke dinas-dinas
- 23. Apa saja media publisitas yang digunakan oleh Dinas ? Dalam bentuk apa?**  
ada, itu langsung dari pak walikota memberikan informasinya di radar tv, untuk publikasi nya ada dari kominfo, wakatasik, cakrawala, ayotasik, pikiran rakyat dll
- 24. Kapan biasanya Dinas melakuakan publisitas dalam mempromosikan eventnya?**  
Biasanya sebulan apa ya, pokonya sebulan kurang lah kita melakukan konferensi perss
- 25. Apakah dinas menggunakan promosi mulut ke mulut? Mengapa?**  
Gimana ya kalo promosi seperti, itu kan biasanya terjadi oleh mereka sendiri, biasa ada yang saling nanya dan saling ngasih tau kan.
- 26. Apa dampak *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) 2017 terhadap wisatawan berkunjung ke Kota Tasikmalaya ?**  
oh banyak, banyak sekali diantaranya perekonomian kota tasikmalaya meningkat, ada banyak sekali wisatawan yang berkunjung ke kota tasikmalaya ini
- 27. Terkait dengan promosi yang sudah dilakukan, adakah evaluasi mengenai promosi tersebut?**  
pasti ada lah, setiap event apapun juga setelah kegiatan itu dilaksanakan kita ada evaluasi, kita melihat sejauh mana hasil promosi

kita yang sudah dilakukan. dari setiap evaluasi masih ada kekurangan dan kelemahan masih ada, salah satunya dari segi anggaran nya, segi SDM nya juga, dan minimnya promosi melalui iklan di media nasional pendukungnya masih ada lah ya kekurangannya. kita juga terus berusaha untuk bisa lebih baik buat kedepannya, dan upaya yang udah dilakukan pun lumayan baik, pengunjungnya juga tambah banyak dari tahun kemaren untuk sekarang harapannya mah semua pendukung itu berjalan lancar mengingat kan cakupan dan target event ini luas saya berharap untuk kedepannya bisa menutupi semua kekurangan itu dan bisa memaksimalkan dalam kegiatan promosi

**28. Apakah target promosi yang dilakukan tercapai?**

kalo target promosi kami tercapai ataupun meningkat itu bisa dikatakan cukup berhasil a, itu bisa kami lihat dari jumlah pengunjung yang meningkat dari gelaran event sebelumnya, dari situ kami bisa menghitung kenaikan pengunjung. Cara kita mengukur yang paling mudah melihat promosi yang kita lakukan berhasil atau belum. Jika pengunjung event TOF itu banyak atau melebihi target kita berarti promosi yang dilakukan berhasil begitupun sebaliknya

**29. Bagaimana indikator keberhasilan pada event TOF 2017?**

Kalo dari pengunjung yang hadir lebih banyak dari tahun yang kemarin terus acaranya berjalan dengan lancar, itu kami bisa katakan berhasil

**Interview Guide Eksternal**

**Hasil Wawancara dengan Pengunjung *Event TOF 2017***

**Narasumber : Nur Muhammad Bagus**

**Umur : 22 tahun**

**Pekerjaan : Mahasiswa**

**1. Apakah Anda mengetahui tentang event TOF (Tasik Oktober Festival) ?**

iya tau a, itu diadakan di dekat taman kota kan ya. Saya tau itu dari postingan-postingan di instagram, Dari akun-akun tasik gitu, dari postingan di instagram sih saya pertama tau penyelenggaraan event itu, Iya saya kesana memang penasaran bgt sama acara nya apalagi itu kan pemberdayaan lagi bikin-bikin produk kreatif, Cuma kegiatan itu sih yang bikin saya tertarik. Seru sih itu, acaranya memang banyak.

**2. Apakah anda tertarik menghadiri event tersebut ?**

Iya kesana penasaran bgt sama acara nya apalagi itu kan pemberdayaan lagi bikin-bikin produk kreatif, Cuma kegiatan itu sih yang bikin saya tertarik

**3. Apa pengalaman yang anda dapatkan setelah datang ke event TOF ?**

Seru sih itu, acaranya memang banyak, apalagi yang swafoto sampe banyak bgt gitu yang posting di instagram

**4. Bagaimana Saran anda mengenai promosinya event tersebut?**

Apa ya saran nya, kayaknya lebih di perbanyak aja sih , lebih sering gitu menginformasikan beritanya atau postingan-postingannya sebelum event

itu diselenggarakan, karna yang saya tau dulu saya tau info event itu pas acaranya udah berjalan mungkin udah satu dua harian lah

#### **Interview Guide Eksternal**

#### **Hasil Wawancara dengan Pengunjung *Event* TOF 2017**

**Narasumber : Intan Nuraeni**

**Umur : 16 tahun**

**Pekerjaan : Pelajar**

**1. Apakah Anda mengetahui tentang event TOF (Tasik Oktober Festival) ?**

Iya dari instragram saya tau ada event itu, kalo gak salah pas ultah nya kota tasik ya. saya sering banget liat diinstragram banyak akun-akun yang memposting gelaran event itu, apalagi swafoto yang dibawah payung itu banyak banget yang posting di instagram

**2. Apakah anda tertarik menghadiri event tersebut ?**

saya berkunjung kesana juga waktu itu

**3. Apa pengalaman yang anda dapatkan setelah datang ke event TOF ?**

Seneng a, pertama juga saya datang ke event, jadi pengalaman aja itu dari kegiatannya, saya jd banyak tau potensi-potensi dari tasik, khas makanannya, budayanya juga

**4. Bagaimana Saran anda mengenai promosinya event tersebut?**

#### **Interview Guide Eksternal**

#### **Hasil Wawancara dengan Pengunjung *Event* TOF 2017**

**Narasumber : Ranga Purnama Putra**

**Umur : 20 tahun**

**Pekerjaan : Karyawan**

**1. Apakah Anda mengetahui tentang event TOF (Tasik Oktober Festival) ?**

sebenarnya sih a saya tau event itu dari orang tua dan adik saya, waktu itu mungkin mereka abis dari sana berkunjung, soalnya mereka menunjukan foto-foto gelaran event itu, saya Tanya kan event itu tuh apa dan mereka bilang event itu pameran produk-produk UMKM gitu, karnaval budaya saya penasaran sempat liat-liat juga tuh di instagram,

**2. Apakah anda tertarik menghadiri event tersebut ?**

emang antusiasnya banyak banget sih, saya juga sempet berkunjung kok kesana a

**3. Apa pengalaman yang anda dapatkan setelah datang ke event TOF ?**

Itu kan termasuk pemberdayaan masyarakat juga ya, perasaan saya senang sih bisa bikin masyarakatnya ada kemauan, itu kan bisa jadi peluang buat masyarakat tasik

- 4. Bagaimana Saran anda mengenai promosinya event tersebut?**  
Saran saya sih untuk penyelenggara lebih dimaksimalkan aja promosinya, biar makin banyak yang tau event itu.

#### **Interview Guide Eksternal**

##### **Hasil Wawancara dengan Pengunjung *Event TOF 2017***

**Narasumber : Fitri Komalawati**

**Umur : 28 tahun**

**Pekerjaan : wiraswasta**

- 1. Apakah Anda mengetahui tentang event TOF (Tasik Oktober Festival) ?**  
Tau, waktu itu dari sosial media lewat postingan di instagram
- 2. Apakah anda tertarik menghadiri event tersebut ?**  
Saya memang suka sama kegiatannya, tertarik sama pamerannya, banyak produk-produk dari tasik juga, banyak juga teman-teman saya yg ngajak kesana yaudah lah sekalian aja kan kesana, hamper setiap kegiatan saya datang
- 3. Apa pengalaman yang anda dapatkan setelah datang ke event TOF ?**  
Seneng, seru, nambah pengalaman juga, jadi bisa bikin produk-produk kreatif, lumayan kan itu, malah kan tahun ini tahun 2018 saya ikutan jadi pesertanya
- 4. Bagaimana Saran anda mengenai promosinya event tersebut?**  
Saran saya ya lebih dimaksimalkan aja sih.

#### **Interview Guide Eksternal**

##### **Hasil Wawancara dengan Pengunjung *Event TOF 2017***

**Narasumber : Nurmawati**

**Umur : 35 tahun**

**Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga**

- 1. Apakah Anda mengetahui tentang event TOF (Tasik Oktober Festival) ?**  
Tau dari tetangga a
- 2. Apakah anda tertarik menghadiri event tersebut ?**  
iya kesana sama bapak, foto-foto
- 3. Apa pengalaman yang anda dapatkan setelah datang ke event TOF ?**  
Rame banget, banyak yang difoto disana pas karnaval budayanya
- 4. Bagaimana Saran anda mengenai promosinya event tersebut?**



## **Interview Internal Ketua Pelaksana**

### **1. Sejak kapan terlibat dalam panitia penyelenggaraan *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival)?**

Sejak pertama event itu diselenggarakan saya sudah terlibat a, itu kan pertamanya tahun 2016, melihat dari antusias nya bagus ya dilaksanakan lagi dan menjadi agenda tahunan, tapi launching nya event itu pada tahun 2017 di Jakarta dengan dihadiri kementerian pariwisata RI

### **2. Peran apa saja yang dilakukan dalam *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) 2017?**

Mengikuti perencanaan, pelaksanaannya dan evaluasi. perencanaan event ini dibuat dari jauh-jauh hari sebelum event itu dilaksanakan, sebelumnya kan memang udh diselenggarakan, proses perencanaan dibahas waktu rapat itu biasa berdiskusi dulu untuk tema seperti apa yang mau diangkat, terus berapa lama acaranya, bahas anggarannya juga, lokasinya, perizinannya, pokoknya semua kegiatan yang akan dilaksanakan kita diskusikan dulu dari jauh-jauh hari, setiap rapatnya dengan dihadiri pihak-pihak eksternal ada perwakilan dari beberapa OPD, pihak pengelola UMKM, pihak Bank BI Tasik

### **3. Bagaimana penyelenggaraan *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) 2017 dibandingkan tahun-tahun sebelumnya?**

Intinya sama aja itu kan event pariwisata ya, Cuma ditahun 2017 kita lebih mengembangkan lagi konsepnya, kalo tahun 2016 kita hanya fokus kepada kesenia budaya aja, tapi kalo 2017 itu ada pengenalan pariwisata dari berbagai macam, produk-produk kreatif unggulan kita dari tasik, kuliner makanan, ada talkshow pengembangan investasi yang dihadiri dari berbagai Negara, dan terakhir ditutup dengan pagelaran budaya.

### **5. Apa yang menjadi perbedaan *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) 2017 dibandingkan tahun-tahun sebelumnya?**

Banyak, perbedaan antusias pengunjung lebih banyak dari tahun sebelumnya, dari tema beda, dari konsepnya aja udah beda kan

### **6. Bagaimana konsep acara *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) 2017?**

Konsep acara event TOF 2017 itu kita mengangkat produk kreatif unggulan yaitu payung geulis, kita memiliki tujuh komoditi unggulan yang bisa dijual

**B. Foto Wawancara di Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tasikmalaya**



