

**LAMPIRAN**

**LAMPIRAN 1. Cetak Biru Strategi**

**A Blueprint Concept for Public Relations Strategy with Marketing Mix and SOSTAC Approach for Tourism Development, in Belitung**

**Herdi Andrariladchi**

### Ringkasan Eksekutif

Perkembangan industri pariwisata Belitung dirasakan cukup pesat namun tidak dibarengi dengan pengembangan kualitas dari produk wisata dan sarana prasarana penunjang lainnya. Pengelolaan pariwisata yang berkonsep “pariwisata berkelanjutan” perlu ditekankan dan dijadikan konsep pengembangan pariwisata di Belitung untuk mengantisipasi pengembangan kearah “*mass tourism*” yang tidak terkendali dan pengelolaan objek wisata yang tidak ramah lingkungan. Sehingga akan melahirkan citra buruk bagi industri pariwisata Belitung. Untuk itu, dalam proses pengembangannya, *public relations* hadir sebagai corong dalam mengkampanyekan konsep pengelolaan pariwisata berkelanjutan mulai dari pengelolaan destinasi, pengembangan sebuah destinasi baru, hubungan antar pemangku kepentingan, hubungan antar ke dalam dan keluar organisasi atau masyarakat yang bertujuan untuk menciptakan harmonisasi dan persamaan persepsi seluruh pemangku kepentingan. Karena industri pariwisata adalah industri atau kegiatan yang berhubungan dan saling memberikan dampak antar pemangku kepentingan.

Pengembangan destinasi baru atau objek wisata baru “*Sustainable Night Market*” dengan mengedepankan konsep berkelanjutan ramah lingkungan dijadikan sebagai landasan dalam pengembangan produk ini. Pemanfaatan sumberdaya alam ramah lingkungan seperti bambu, tempurung kelapa, daun pandan, daun simpur, dulang tanah liat dan lain sebagainya sebagai wadah yang dipergunakan di dalam aktivitas pasar malam dijadikan sebagai icon atau brand image pengelolaan pasar malam yang berkelanjutan, sehingga limbah kemasan atau wadah dari aktivitas tersebut dapat ditekan serendah mungkin. Kemudian pengelolaan limbah dengan konsep “*zero waste*” juga dijadikan sebagai salah satu bentuk pengelolaan sampah yang banyak dijumpai di objek wisata terutama di pantai pantai. Peran *public relation* dalam hal tersebut di atas sangat diperlukan dengan melakukan serangkaian kampanye, pertemuan berkala, konsultasi publik, *lobbying* sampai dengan tercapainya kesamaan persepsi sangat dibutuhkan.

Selanjutnya, transparansi harga pada produk wisata restoran juga sangat penting dilakukan, mengingat ini menjadi salah satu fokus perhatian wisatawan karena tidak dijumpai adanya harga ditampilkan pada buku menu. Kondisi ini akan mengakibatkan munculnya persepsi negatif tentang potensi *dual pricing*. Tentu kondisi ini tidak diinginkan karena dapat menimbulkan citra negatif tentang pariwisata di Belitung. Selanjutnya, penetapan standar harga produk wisata dengan cara rekayasa harga perlu dilakukan untuk mengantisipasi kerugian oleh produsen dengan tidak menghilangkan hak-hak konsumen. Disisi lain, penetapan standarisasi harga untuk produk wisata juga perlu dikaji lebih mendalam agar harga yang ditawarkan kepada wisatawan untuk setiap produk wisata dirasakan layak dengan apa yang akan wisatawan dapatkan. Dalam kondisi tersebut di atas, kehadiran *public relation* diperlukan untuk melakukan serangkaian kampanye, sosialisasi, pengedukasian, konsultasi publik, *lobbying*, FGD dan lain sebagainya

untuk mendorong dan menciptakan kesamaan persepsi, kondisi lingkungan yang kondusif sehingga tidak terjadi hal-hal yang dapat memperburuk citra pariwisata Belitung.

#### **Rekomendasi Kunci**

1. Pengembangan pasar malam berkelanjutan ramah lingkungan;
2. Pemanfaatan sumberdaya alam terbarukan ramah lingkungan (bambu, tempurung kelapa, daun pandan, daun simpur, daun purun tikus, dan lain sebagainya);
3. Transparansi dan rekayasa harga produk makanan di restoran;
4. Standarisasi harga produk wisata.

#### **Strategi *Public Relations*:**

1. Identifikasi masalah;
2. Identifikasi sebaran dampak;
3. Komunikasi interpersonal kepada seluruh pemangku kepentingan kunci (tokoh masyarakat dan tokoh adat);
4. Melakukan konsultasi publik dengan dengan metode FPIC (*free prior inform concern*);
5. Melakukan pertemuan berkala;
6. Konsultasi publik *one on one session*;
7. Melakukan kerjasama dengan seluruh pemangku kepentingan dan para ahli;
8. Melakukan proses *lobbying*;
9. Penedugasian masyarakat secara berkala;
10. Transparansi;
11. Promosi;
12. Monitoring berkala;
13. Evaluasi kinerja.

#### **Landasan Hukum**

1. Undang-undang No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan;
2. Peraturan Pemerintah No.50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional (RIPPARNAS) tahun 2010 – 2025;
3. Peraturan Daerah Kabupaten Belitung No.12 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan (RIPPARKAP) Kabupaten Belitung tahun 2015 – 2025.

#### **Landasan Teori**

1. *Sustainable Tourism Principle and Criteria Endorse by Global Sustainable Tourism Council*;

2. *Marketing Mix* by Tedorova (2015), Biner, Ferjan dan Neves (2016), Singh Ranbir (2015), Smith (2011), dan Pomerling dan Johnson (2009);
3. SOSTAC by Pr Smith;
4. *Strategic Planning for Public Relations* by Smith Ronald D (2002).

### Latar Belakang

Menjadi penopang devisa keuangan daerah, pariwisata menjadi bagian penting dalam tatanan pengembangan yang harus dilakukan secara baik dan tersusun. Menciptakan pariwisata yang berkelanjutan juga menjadi suatu syarat penting untuk dilakukan demi menciptakan pariwisata yang berkembang dan dengan jangka waktu yang panjang. Dalam mengaplikasikan pariwisata berkelanjutan, *public relations* digunakan sebagai suatu alat penghubung antara pemerintahan dengan masyarakat, menjadi jembatan informasi dalam tatanan komunikasi membuat *public relations* berada pada tatanan penting demi terciptanya pariwisata yang berkelanjutan. Strategi *public relations* dibutuhkan untuk penyampaian informasi yang efektif dan untuk meningkatkan keberterimaan serta kepedulian masyarakat perihal dampak dan manfaat dari pariwisata, sehingga masyarakat dengan sendirinya akan menjadi bagian dari pengembangan pariwisata dan membantu pemerintah dalam pengembangan pariwisata.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan serta penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan *marketing mix* dan SOSTAC dapat disimpulkan bahwa ada beberapa saran yang harus disusun dan dibuat strategi secara rinci agar dapat diaplikasikan dengan baik dan menjadi acuan pemerintah kabupaten Belitung serta pemangku kepentingan lainnya dalam mengimplementasikan strategi tersebut.

Rencana cetak biru ini diberikan untuk menunjang saran yang diberikan pada penelitian

“Pengembangan Strategi *Public Relations* Menggunakan Pendekatan *Marketing Mix* dan *SOSTAC* dalam Pengembangan Pariwisata, Studi Kasus di Belitung. Dalam pembuatan strategi ini peneliti menggunakan beberapa tahapan Smith (2002, 9) sebagai landasan pemikiran dalam pembuatan strategi;

a. Fase pertama: penelitian formatif

Fase pertama ini merupakan fase pendahuluan untuk melakukan strategi dalam perencanaan, ini dibutuhkan untuk mengumpulkan informasi dan menganalisis situasi yang ada pada saat ini. Adapun tiga (3) langkah untuk mendapatkan informasi tersebut.

- Langkah 1: Analisis situasi

Melakukan analisis terhadap situasi yang ada merupakan dasar proses untuk melakukan perencanaan. Ini sangat penting untuk melibatkan berbagai pihak, antara lain; pembuat rencana, pengamat, kolega utama, dan pengambil keputusan, semua itu

merupakan kesepakatan yang disiapkan untuk menangani peluang dan hambatan.

- Langkah 2: Analisis organisasi  
Langkah ini melibatkan 3 (tiga) aspek penting dalam suatu organisasi: (1) lingkungan internal (misi, kinerja, dan sumber), (2) persepsi publik / khalayak (reputasi), dan (3) lingkungan eksternal (pesaing, lawan dan pendukung yang baik)
- Langkah 3: Analisis publik/khalayak  
Melakukan analisis dan identifikasi terhadap publik / khalayak utama, kelompok-kelompok yang memiliki minat terhadap organisasi / perusahaan. Tujuan utama analisis ini untuk mengetahui khalayak yang paling penting dan menjadi prioritas diatas khalayak lainnya, ini digunakan untuk dapat memilih siapa khalayak yang akan menjadi khalayak prioritas. Pada langkah ini juga termasuk kedalam analisis *need and wants* juga harapan dari khalayak, hubungan khayalak dengan organisasi, keterlibatan mereka dalam komunikasi dan dengan berbagai macam media, dan dengan berbagai macam sosial, ekonomi, politik, budaya dan teknologi yang mungkin dapat mempengaruhi mereka

b. Fase kedua: strategi

Strategi yang menjadi bagian utama dari perencanaan: menentukan keputusan yang akan dibuat dengan dampak yang diharapkan dari komunikasi serta sifat komunikasi itu sendiri.

- Langkah 4: membangun sasaran dan tujuan  
Langkah ini merupakan langkah untuk mengetahui posisi akhir pada produk / jasa. Tahap ini membantu dalam mengembangkan tujuan yang jelas, spesifik, dan terukur dengan harapan organisasi mampu meningkatkan kesadaran, penerimaan dan tindakan dari publik/khalayak utama. Tujuan yang baik adalah tujuan yang dapat diterima oleh publik / khalayak, karena ini adalah hal yang penting pada area *public relations* dan strategi komunikasi pemasaran.
- Langkah 5: merumuskan aksi dan tanggapan strategi  
Setelah sasaran dan tujuan dibangun, rumusan aksi dibuat dan disiapkan untuk mempertimbangkan apa yang dapat dilakukan dalam berbagai amcam situasi dan kondisi, ini mencakup tipologi inisiatif dan tanggapan.
- Langkah 6: menggunakan efektifitas komunikasi  
Pengambilan keputusan terhadap pengkomunikasian dilakukan, seperti siapa yang akan mengkomunikasikan pesan tersebut kepada publik / khalayak utama, apa konten pesan tersebut, apakah

dilakukan secara verbal ataupun nonverbal dan kesamaan permasalahan.

c. Fase ketiga: Taktik

Pada fase ini perencanaan dan penggunaan alat juga media komunikasi dibuat.

- Langkah 7: memilih taktik komunikasi  
Adapun 4 kategori untuk memilih taktik komunikasi: (1) komunikasi secara langsung dan peluang untuk keterlibatan personal, (2) pengontrolan media, (3) media berita (*uncontrolled media*), (4) iklan dan media promosi. Semua bagian itu digunakan sesuai dengan kebutuhan dan kesesuaian.
- Langkah 8: mengimplementasikan strategi perencanaan  
Pengembangan anggaran dan penyusunan rencana dan perencanaan implementasi pada program komunikasi. Pada tahap ini semua hal yang sudah direncanakan di aplikasikan untuk kesuksesan *public relations* dan komunikasi pemasaran juga perencanaan yang telah dibuat.

d. Fase keempat: penelitian evaluatif

Fase terakhir ini merupakan evaluasi dari semua fase, pada tahap ini *public relations* memungkinkan untuk menentukan apa yang harus dilakukan kemudian, apakah memperbaiki dan membuatnya lebih baik atau memilih cara lain untuk menyempurnakan rencana.

- Langkah 9: melakukan evaluasi terhadap strategi perencanaan.  
Ini adalah langkah terakhir dalam pembuatan perencanaan. Mengindikasikan spesifikasi metode untuk mengukur keefektifitasan perencanaan dan taktik yang telah dibuat dengan tujuan yang telah dibuat.

Fase tersebut dijadikan sebagai acuan peneliti dalam menyusun suatu strategi demi perkembangan pariwisata Belitung. Tahapan tersebut dilakukan dalam setiap strategi yang mengacu pada PERDA dan *Sustainable Tourism Concept* yang dikeluarkan oleh *Global Sustainable Tourism Council* yang menjadi dasar dari pembuatan strategi ini. Peneliti percaya bahwa solusi dari perkembangan pariwisata Belitung hanya dapat dilakukan oleh seorang *public relations*, yang hingga saat ini masih belum dimasukkan dalam tatanan organisasi pemerintahan serta pengembangan pariwisata.

Sebagai jembatan penghubung dan juga komunikator yang sangat mengedepankan kepentingan komunikasi dan organisasi menjadikan seorang *public relations* mampu dengan tanggap melakukan pemetaan permasalahan serta membuat strategi serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman khalayak. Salahnya persepsi yang diberikan kepada *public relations* dengan fungsi sebagai

alat untuk “memperbaiki citra” membuat *public relations* jarang digunakan sebagai struktur yang tetap yang ada pada tatanan perusahaan dan organisasi, seorang *public relations* membuat, menjaga, mengelola, hingga mengevaluasi suatu hubungan dan memperbaiki suatu permasalahan bukan menutupi suatu permasalahan.

Dalam pengembangan pariwisata Belitung, strategi *public relations* dapat diterapkan dengan baik dan digunakan dengan baik dalam perencanaan, pengorganisasian hingga pengevaluasian yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Belitung yang berujung pada peningkatan perekonomian di Belitung. Adapun strategi yang dapat dirancang untuk pengembangan pariwisata di Belitung antara lain:

Pasar Malam yang berkelanjutan/ *Sustainable Night Market*

<i>Situation</i>	<i>Objective</i>	<i>Strategy</i>	<i>Tactics</i>	<i>Action</i>	<i>Control</i>
<p>Destinasi di Belitung hanya dapat dirasakan pada siang hari dan wisatawan tidak dapat menikmati Belitung pada malam hari, wisatawan sering kali menghabiskan waktunya di hotel, dan sering kali wisatawan tidak dapat mendapatkan pengalaman yang sempurna, tidak sesuai dengan visi dari brand Belitung yaitu WAUU dimana U terakhir adalah <i>Unforgettable</i>. Kesempatan ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan</p>	<p>a. Untuk memaksimalkan kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan pada malam hari. b. Untuk memperkenalkan dan menunjukan kuliner khas dan tradisi Belitung kepada wisatawan. c. Untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan menciptakan daya saing yang sehat.</p>	<p>Membuat sebuah pasar malam yang didesain sedemikian rupa dengan mengadopsi norma-norma yang ada, yang diharapkan dapat menjadi ciri khas tersendiri bagi pasar malam Belitung</p>	<p>a. Melakukan identifikasi budaya dan norma-norma yang berlaku di Belitung. b. Melakukan komunikasi kepada Dinas Pariwisata Belitung untuk menyampaikan konsep pasar malam berkelanjutan. c. Melakukan komunikasi awal dengan para <i>gate keeper</i> untuk memberikan informasi mendalam. d. Melakukan pendekatan dan komunikasi dengan para pembuat kebijakan dan menjelaskan dengan rinci tentang konsep pasar malam berkelanjutan di Belitung. e. Mengumpulkan masyarakat dan memberikan informasi terkait rencana pembangunan pasar malam yang akan dibuka dan mengajak masyarakat untuk turut mengambil peran dalam pengembangan pasar</p>	<p>a. Masyarakat yang bergabung dalam pasar malam menunjukkan tradisi dan makanan khas yang akan dijual kepada <i>public relations</i> untuk kemudian dinilai. Jika dijumpai ada suatu produk yang tidak mencerminkan ciri khas Belitung, maka akan diberikan saran untuk diperbaiki. b. Mengedukasi masyarakat yang ikut bergabung di dalam pasar malam tentang pengelolaan sampah serta menyarakan kepada mereka untuk memaksimalkan penggunaan wadah atau tempat yang ramah lingkungan yang mencerminkan ciri khas Belitung, seperti penggunaan <i>daun simpur</i> sebagai wadah makanan,</p>	<p>a. Dinas Pariwisata dan <i>public relations</i> melakukan monitoring berkala terhadap seluruh kegiatan dari proses awal sampai dengan berjalannya aktivitas tersebut. b. <i>Public relations</i> melakukan jajak pendapat terhadap kepuasan wisatawan agar didapatkan umpan balik untuk perbaikan berkelanjutan kedepannya dari pasar malam Belitung. c. Melakukan pembinaan</p>



<p><i>socio-economy</i> pada masyarakat Belitung dan memaksimalkan kunjungan dan pengeluaran yang dilakukan wisatawan untuk ekonomi masyarakat Belitung.</p>			<p>malam berkelanjutan.                  f. Melakukan konsultasi publik bersama <i>public relations, one-on-one session</i> dari masyarakat yang ingin membuka gerai dengan <i>public relations</i>.                  g. Mengumpulkan data dan informasi terkait berapa banyak yang ingin menjadi bagian dari <i>night market</i>.                  h. Melakukan pemetaan dan bekerjasama dengan arsitek untuk membuat rancangan pembuatan <i>sustainable night market</i>.                  i. Melakukan penyuluhan terkait <i>sustainable tourism</i> yang akan diterapkan di <i>night market</i> ini.                  j. Membuat kesepakatan bersama antar pemangku kepentingan.</p>	<p>yang memang sudah dari sejak lama digunakan oleh nenek moyang masyarakat Belitung.                  c. <i>Public relations</i> melakukan kerjasama dengan Dinas Pariwisata Belitung untuk membuat sebuah rancangan peraturan daerah (Ranperda Belitung) sebagai landasan hukum pembangunan konsep pasar malam berkelanjutan di Belitung.                  d. <i>Public relations</i> bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Belitung melakukan proses <i>lobbying</i> dengan <i>tour operators</i> untuk memasukkan aktivitas kunjungan ke pasar malam dalam agenda perjalanan wisata yang ditawarkan kepada wisatawan.</p>	<p>berkala kepada masyarakat yang kurang berkomitmen dalam pengembangan <i>sustainable night market</i>.</p>
--	--	--	--	---	--

Konsep *sustainable night market* ini menekankan pada pengelolaan yang terintegrasi antara ciri khas Belitung, aktivitas pasar, produk yang dijual, dan pengelolaan lingkungan (limbah pasar yang dihasilkan) dengan tidak menghilangkan norma-norma yang berlaku, sehingga menjadikan *Sustainable Night Market* Belitung memiliki ciri khas tersendiri sebagai salah satu destinasi yang akan memberikan edukasi dan kepuasan khusus untuk para wisatawan yang datang ke Belitung.

Pasar malam adalah kegiatan yang menjadi daya tarik wisatawan yang berkunjung pada suatu daerah destinasi wisata. Pada waktu malam hari biasanya wisatawan sudah memiliki waktu yang bebas untuk melakukan aktivitas. Kondisi ini dimanfaatkan untuk mengarahkan wisatawan yang berkunjung ke Belitung agar dapat melakukan kunjungan ke pasar malam menikmati makanan khas (kuliner), tradisi budaya dan keramahtamahan ciri khas Belitung lainnya. Konsep *sustainable night market* akan menjadi ciri khas pasar malam Belitung yang diharapkan menjadi pembeda dengan pasar malam lainnya yang ada di daerah destinasi lainnya. Konsep ini akan mengawinkan nilai-nilai adat budaya, tradisi, makan khas (kuliner), keramahtamahan masyarakat Belitung serta pengelolaan lingkungan pasar yang berkelanjutan. Konsep ini diciptakan untuk mengakomodir *trend sustainable tourism* yang saat ini menjadi fokus pengembangan pariwisata, sehingga memiliki nilai jual tersendiri di mata wisatawan.

Dengan melihat potensi ini peneliti yakin bahwa *sustainable night market* ini akan mampu mendobrak pasaran dan menjadi destinasi incaran para wisatawan. Sejalan dengan kriteria dari GSTC untuk pariwisata berkelanjutan pada destinasi *section B* yaitu memaksimalkan keuntungan ekonomi untuk masyarakat setempat dan meminimalis dampak negatif. Pada seksi ini ada beberapa kriteria yang menjelaskan tentang pelibatan masyarakat, peningkatan kepedulian terhadap pariwisata, memberikan dukungan terhadap masyarakat dan ekonomi kreatif pada masyarakat. Ini menjadi salah satu peluang bagi Belitung untuk mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat Belitung. Selanjutnya sesuai dengan Tujuan, Konsep dan Kebijakan di dalam PERDA nomor 12 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Belitung Tahun 2015-2025 Bagian tiga Kebijakan Pasal 11 Huruf “b” yang menyatakan pembangunan destinasi pariwisata yang mampu memenuhi kebutuhan pengembangan potensi diri masyarakat melalui pengembangan kegiatan wisata yang edukatif dan kreatif. Diperkuat oleh BAB V Strategi pembangunan Kepariwisata Bagian kedua Strategi Pembangunan Destinasi Pariwisata, Pasal 13 Huruf “n” dan “o” yang menyatakan bahwa melibatkan masyarakat pada setiap tahap pembangunan destinasi pariwisata dengan memperhatikan potensi dan kapasitas yang dimiliki masyarakat; dan mengintegrasikan investasi pada sektor pariwisata dengan rencana penataan ruang Daerah, rencana pengembangan kawasan ekonomi khusus, dan arah pengembangan investasi Daerah.

Pada tataran implementasi, *public relations* berkerjasama dengan arsitek untuk menciptakan konsep lansekap pasar agar dapat mengakomodir konsep *sustainable night market* sehingga diimplementasikan di dalam bangunan/lokasi pasar dengan menuangkan konsep pengelolaan lingkungan. Misalnya, di pintu masuk pasar, disediakan wadah ramah lingkungan sebagai tempat penyimpanan sementara produk yang mereka beli, pemanfaatan daun “simpor” sebagai wadah pembungkus makanan yang sudah lama digunakan sejak nenek moyang masyarakat Belitung, sehingga dapat meminimalisir penggunaan wadah yang tidak ramah lingkungan. Kemudian di pintu keluar pasar disediakan tempat penampungan wadah sesuai dengan karakteristik untuk di daur ulang kembali agar konsep pasar malam ini dapat berkelanjutan, sehingga pasar malam ini akan terus menjadi *icon* dari Belitung dan memaksimalkan kunjungan dari wisatawan kepada masyarakat Belitung. Melihat *trend* dari wisatawan yang sangat tinggi terhadap makanan menjadi dasar dari pembentukan pasar malam berkelanjutan ini, beberapa destinasi seperti Lombok di Gili Trawangan menjadi salah satu contoh suksesnya pasar malam sebagai destinasi malam yang memikat para wisatawan. Gili Trawangan *Night Market* pun menjadi salah satu destinasi para *food hunter* dari berbagai belahan dunia, *fresh food* dan *seafood* menjadi andalan dari tempat ini yang mampu meningkatkan minat wisatawan dan meningkatkan perekonomian dari masyarakat. Banyak destinasi di Asia Tenggara yang menyuguhkan food destinasi sebagai pelengkap dari destinasi wisatanya agar memikat lebih wisatawan serta menjadikan ciri khas dari tempat tersebut.

*Sustainable Night Market* konsep ini akan dapat berhasil jika sarana pendukung seperti piring, wadah pembungkus, gelas, tas kantong, sendok, garpu, mangkok dan lain sebagainya berasal dari alam dan memberikan peluang peningkatan ekonomi kepada masyarakat. Sehingga penggunaan material tidak ramah lingkungan ditiadakan terutama fasilitas sarana pendukung seperti di atas.

Pemanfaatan Material Ramah Lingkungan

<i>Situation</i>	<i>Objective</i>	<i>Strategy</i>	<i>Tactics</i>	<i>Action</i>	<i>Control</i>
Banyaknya penggunaan wadah atau tempat tidak ramah lingkungan yang dipergunakan dalam setiap aktivitas pariwisata di Belitung, seperti penggunaan wadah plastik, dan wadah lainnya yang sangat sulit untuk terurai dilingkungan.	Menggali dan mengembangkan kembali wadah atau tempat yang ramah lingkungan yang berasal dari alam yang dahulu pernah dipergunakan oleh masyarakat Belitung sebelum plastik diperkenalkan.	Membuat wadah pembungkus dari daun simpor, gelas dari bambu, mangkuk dan piring dari bambu atau tempurung kelapa, tas pembungkus dari daun pandan, sendok, garpu dari bamboo, dan lain sebagainya.	<p>a. Melakukan identifikasi potensi ketersediaan daun simpor, bambu, tempurung kelapa, daun pandan, dan potensi alami lainnya yang dapat dimanfaatkan.</p> <p>b. Bekerjasama dengan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM), Dinas Pariwisata dan Lembaga Swadaya Masyarakat untuk memperkenalkan kembali dan mengajak masyarakat untuk kembali mengembangkan budaya mereka yang telah lama terlupakan khususnya dibidang wadah tradisional.</p> <p>c. Melakukan konsultasi publik untuk memperkenalkan kembali dan sekaligus mengedukasi kembali masyarakat Belitung tentang manfaat pengembangan dan pemanfaatan penggunaan wadah ramah lingkungan dari</p>	<p>a. Melakukan perhitungan potensi ketersediaan bahan baku dan pengembangan bahan baku tanaman alternatif lainnya seperti tanaman eceng gondok dan purun tikus untuk pembuatan tas dan wadah lainnya.</p> <p>b. Menciptakan <i>prototype</i> wadah pembungkus, tas pembungkus, gelas, garpu, sendok, piring, mangkok, gelas dan wadah lainnya yang diperlukan.</p> <p>c. Memperkenalkan <i>prototype</i> tersebut kepada masyarakat dan mendorong masyarakat untuk lebih kreatif menciptakan improvisasi lainnya</p>	<p>a. Melakukan pemantauan berkala terhadap ketersediaan bahan baku dan pemantauan terhadap kebun-kebun milik masyarakat yang menanam tanaman bahan baku tersebut serta pengembangan pemanfaatan tanaman alternatif lainnya.</p> <p>b. Melakukan pemantauan terhadap masyarakat yang membuat peralatan tersebut dan mencatat setiap keluhan yang mungkin muncul</p>

			<p>sisi lingkungan dan sisi ekonomi.</p> <p>d. Mengembangkan tanaman-tanaman yang dimanfaatkan untuk pembuatan wadah ramah lingkungan dengan memberikan insentif khusus kepada masyarakat yang mau untuk mengembangkan daun simpor, bambu, kelapa dan tanaman lainnya sebagai bentuk apresiasi kepada masyarakat yang mau melestarikan khazanah budaya masyarakat Belitung.</p>	<p>agar lebih beragam. Serta mengedukasi masyarakat tentang manfaat yang didapatkan.</p> <p>d. Penedukasian masyarakat untuk mengembangkan tanaman yang dimanfaatkan tersebut di lahan-lahan milik mereka dan memberikan mereka insentif sebagai bentuk apresiasi terhadap kepedulian mereka tentang pengelolaan dan pemanfaatan lingkungan secara bijaksana yang berpedoman pada khazanah budaya masyarakat Belitung.</p>	<p>selama proses aktivitas berlangsung.</p> <p>c. Melakukan survey kepuasan wisatawan terhadap konsep ramah lingkungan yang diterapkan dengan menggunakan bahan-bahan alami.</p>
--	--	--	---	--	--

Untuk mencapai pariwisata yang berkelanjutan, komitmen dan kesepahaman persepsi harus dijalin dan berjalan beriringan. Dalam aktifitas pariwisata, penggunaan plastik dan segala macam peralatan harus dibatasi dan bahkan jika memungkinkan diganti. Melihat potensi dan kebudayaan Belitung yang sebenarnya ramah lingkungan dalam penggunaan peralatan menjadi suatu peluang baik untuk dapat diterapkan menjadi ciri khas Belitung dalam berwisata, menggunakan bahan alam sebagai bahan pokok pembuatan peralatan makan, serta menggunakan bahan alam sebagai alat untuk membungkus dan dijadikan tas adalah beberapa contoh yang bisa dilakukan oleh masyarakat Belitung untuk menjaga ciri khasnya dan menjadi daya tarik para wisatawan yang datang,

Penggunaan bahan ramah lingkungan ini diharapkan menjadi tolok ukur pada destinasi lainnya dan menjadi daya tarik untuk wisatawan untuk mau datang dan merasakan. Kegiatan ini bertahap diaplikasikan oleh para pemilik usaha di *night market* untuk kemudian dapat diaplikasikan di restoran lainnya di Belitung, agar penggunaan plastik dan berbagai peralatan lainnya menurun dan dapat menjadikan Belitung sebagai destinasi yang ramah lingkungan.

Seorang *public relations* dilibatkan dalam penerapan ini, pemberian informasi secara berkala, edukasi secara berkala dan terus melakukan kampanye terkait penggunaan peralatan yang ramah lingkungan ini dilakukan untuk menekan masyarakat akan peduli terhadap sampah yang ada dan meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap lingkungan dan melestarikan budaya mereka. Dulang, daun simpur, bambu tempurung dan berbagai bahan dan hasil lainnya dikembangkan untuk menggantikan plastik sebagai bahan dasar dari peralatan tersebut.



Universitas  
**Esa Unggul**

Universitas  
**Esa Unggul**

Universitas  
**Esa Unggul**

<i>Zero Waste</i>					
<i>Situation</i>	<i>Objective</i>	<i>Strategy</i>	<i>Tactics</i>	<i>Action</i>	<i>Control</i>
Sampah menjadi satu masalah yang perlu mendapatkan perhatian dalam pengembangan pariwisata Belitung. Saat ini belum tersedia unit ataupun program untuk pengelolaan sampah yang ramah lingkungan.	<p>a. Meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pengelolaan sampah,</p> <p>b. Untuk mengelola sampah yang dihasilkan dari aktivitas pariwisata.</p> <p>c. Untuk memperindah destinasi pariwisata.</p> <p>d. Mendisain alat pengolahan sampah yang ramah lingkungan.</p>	Melibatkan <i>public relations</i> dalam meningkatkan peran serta dan kesadaran masyarakat dalam pengelolaan sampah.	<p>a. <i>Public relations</i> melakukan pendekatan kepada seluruh <i>gate keeper</i> (tokoh masyarakat) dan seluruh pemangku kepentingan terkait untuk menyamakan persepsi tentang pengelolaan sampah yang dihasilkan dari aktivitas pariwisata.</p> <p>b. <i>Public relations</i> bekerjasama dengan tim ahli untuk menyampaikan informasi kepada seluruh masyarakat, tokoh masyarakat, dan pemangku kepentingan terkait lainnya tentang dampak positif dan negatif terkait</p>	<p>a. <i>Public relations</i> menyusun program kerja untuk melakukan pertemuan berkala kepada seluruh pemangku kepentingan terkait dalam pengelolaan sampah yang dihasilkan dari aktifitas pariwisata.</p> <p>b. <i>Public Relations</i> mengkampanyekan secara langsung, media sosial, media elektronik, famplet, papan informasi, dan papan ajakan lainnya terkait pengelolaan sampah yang ramah lingkungan.</p> <p>c. <i>Public relations</i> bekerjasama dengan instansi pemerintah untuk membuat suatu payung hukum tentang konsep pengelolaan sampah yang ramah lingkungan.</p> <p>d. <i>Public relations</i> bekerjasama dengan</p>	<p>a. <i>Public relations</i> berkerjasama dengan tim ahli (akademisi) untuk melakukan pengawasan dan pengontrolan dalam setiap proses yang dilakukan.</p> <p>b. <i>Public relations</i> melakukan monitoring berkala kepada restoran, <i>tour operator</i>, dan masyarakat dalam mengimplementasikan komitmen bersama yang telah disepakati.</p> <p>c. <i>Public Relations</i> memetakan persepsi publik terhadap progress dan capaian yang telah dilakukan tentang pengelolaan sampah yang ramah lingkungan.</p>



			<p>pengelolaan sampah.</p> <p>c. <i>Public relations</i> mengkampanyekan pengelolaan sampah yang ramah lingkungan kepada seluruh pemangku kepentingan berkolaborasi dengan dinas terkait dan media serta peran pemangku kepentingan terkait.</p>	<p>instansi pemerintah untuk memberikan insentif kepada masyarakat yang mau melakukan pengelolaan sampah yang ramah lingkungan.</p> <p>e. Mendesain konsep pengelolaan sampah yang ramah lingkungan “zero waste” berkerjasama dengan tim ahli dan lembaga swadaya masyarakat.</p> <p>f. Mengedukasi seluruh pemangku kepentingan dan masyarakat terkait rencana pengelolaan sampah yang ramah lingkungan secara berkala.</p> <p>g. Membuat kesepakatan tertulis kepada seluruh pemangku kepentingan terlibat untuk berkomitmen melakukan pengelolaan sampah yang ramah lingkungan secara bertahap.</p> <p>h. Membangun dan menyiapkan sarana</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>prasarana pengelolaan sampah ramah lingkungan secara bertahap.</p> <p>i. <i>Public relations</i> berkerjasama dengan UMKM mengembangkan produk baru yang berasal dari limbah yang telah dikelola sebagai kerajinan tangan khas Belitung.</p>
--	--	--	--	---

*Zero waste* adalah suatu wadah pengelolaan sampah yang dikelola langsung untuk memberhentikan lajunya pembuangan sampah sembarangan yang dapat mengganggu ekosistem dan keindahan destinasi. Dibeberapa destinasi di Indonesia, *zero waste* ini telah diaplikasikan untuk menekan tingginya sampah yang ada di tempat tersebut. Sampah menjadi permasalahan utama dalam pengembangan pariwisata Belitung, ide *zero waste* ini diberikan untuk memudahkan seluruh pemangku kepentingan terkait dalam pengelolaan sampah yang ramah lingkungan dan mampu mendatangkan nilai ekonomi kepada masyarakat, sebelum perkembangan pariwisata Belitung mencapai titik *mass tourism*. Cara kerja konsep ini adalah dengan memisahkan sampah organik dan anorganik, dimana sampah organik (sisa makanan) dijadikan sebagai sumber pakan hewan ternak/perikanan dan dijadikan pupuk organik untuk tanaman-tanaman yang menghasilkan. Sementara sampah anorganik dipisahkan menurut karakteristiknya menjadi beberapa jenis, yaitu; sampah plastik diolah menggunakan alat dengan cara dipotong menggunakan alat pemotong lalu dihancurkan dan dipanaskan dan dicetak untuk kemudian dapat digunakan sebagai bahan untuk kerajinan; sedangkan untuk sampah kaca akan dihancurkan hingga menjadi partikel kecil lalu diubah menjadi bahan dasar pembuatan kramik; untuk sampah besi akan didaur ulang untuk bahan dasar peralatan rumah tangga yang berasal dari besi seperti pisau, parang ataupun yang lainnya, sehingga mampu menciptakan lapangan kerja baru untuk pengrajin atau pandai besi.

Bentuk daur ulang sampah ramah lingkungan yang dilakukan oleh SCBA (*Selong Belanak Community Association*) atau Lembaga Peduli Selong Belanak disajikan pada **Gambar 1**. Berdasarkan hasil wawancara dengan Courtney, salah satu anggota dari SCBA, ini membutuhkan waktu 2 tahun untuk melakukan pendekatan dan perubahan kebiasaan yang ada di Selong Belanak, sulitnya perubahan kebiasaan menjadikan tantangan untuk kami untuk melakukan pemberian informasi dan kampanye secara terus menerus dan turun langsung kelapangan untuk memberikan informasi secara langsung kepada masyarakat sekitar untuk mereka mau membuang sampah sesuai dengan karakteristik sampahnya. Bali adalah salah satu destinasi yang maju yang terkena dampak negatif dari pariwisata, dan ini harus menjadi pembelajaran bagi destinasi lainnya yang ada di Indonesia untuk fokus dan tidak menganggap kecil perihal sampah yang ada di Belitung. Dengan modal yang tidak begitu banyak, sampah ini bisa menjadi bahan untuk kreatifitas masyarakat dan bisa dijual dan dijadikan sebagai kerajinan khas Belitung. Mayoritas dari wisatawan saat ini memilih tempat yang menerapkan konsep *sustainable tourism* serta *eco-tourism*, dengan adanya *zero waste* ini diharapkan mampu menarik wisatawan lebih untuk datang berwisata di Belitung.

Langkah terpenting dalam permasalahan ini adalah, seorang *public relations* harus mampu melakukan pendekatan terbaik dan *intens* kepada masyarakat untuk meningkatkan kepeduliannya terhadap sampah dan pemilihan

sampah yang dapat meningkatkan kreatifitas masyarakat. Kegiatan *zero waste* ini juga dilakukan untuk mendukung adanya *sustainable night market* dan menjadi pengopang pembantu pengaplikasian strategi dengan menampung sampah yang ada di *nightmarket* tersebut.

Waktu yang dihabiskan tergantung pada komitmen para pemegang kepentingan, *waste garbage* perlu menjadi major requirement bagi para pelaku usaha untuk kemudian bisa mengaplikasikannya secara langsung. Para *tour operator* juga diharapkan turut membantu pemerintahan dalam membangun kesadaran terhadap sampah, dengan melakukan *picking up the trash* sebelum menuju pulau dan setelah dari pulau.

Kegiatan ini peneliti yakini akan menghasilkan luaran yang baik bagi pariwisata Belitung, menjadi pelopor dan percontohan akan meningkatkan promosi dan penyebaran informasi sehingga akan dapat menarik banyak wisatawan dari berbagai belahan dunia dan berbagai kalangan. Langkah ini dilakukan untuk meningkatkan manfaat ekonomi dan kesejahteraan yang lebih besar pada masyarakat lokal, sejalan dengan tujuan pembangunan pariwisata Belitung yang dituangkan ke dalam PERDA nomor 12 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Belitung Tahun 2015-2025 Bagian tiga Kebijakan Pasal 6 a.b.

# ZERO WASTE Selong Belanak



**Tidak ada sedikit pun sampah yang berasal dari SBKA berakhir di TPA ataupun lautan, Nol.**



**Source:** Selong Belanak Community Association (SCBA)

**Gambar 1.** Zero Waste Selong Belanak, Bali

Salah satu contoh dari strategi Zero Waste yang dilakukan di Bali oleh SCBA. Ini dilakukan untuk memaksimalkan pembuangan sampah yang dihasilkan dari kegiatan pariwisata yang ada di Bali. Berkaca dari kesalahan pariwisata Bali yang telat dalam menanggulangi sampah, strategi ini bisa digunakan di Belitung agar terhindar dari *mass tourism* yang memberikan dampak sampah yang buruk bagi Belitung.

Transparansi harga untuk meminimasi *Dual Pricing* di Restoran

<i>Situation</i>	<i>Objective</i>	<i>Strategy</i>	<i>Tactics</i>	<i>Action</i>	<i>Control</i>
Tidak adanya harga dalam daftar menu yang mampu menumbuhkan rasa curiga terhadap terjadinya potensi <i>dual pricing</i> oleh restaurant. Kondisi ini dapat mengakibatkan menurunnya angka kepuasan wisatawan sehingga mampu menggiring opini publik yang menciptakan image negatif tentang Belitung.	<p>a. Menciptakan transparansi harga.</p> <p>b. Meminimasi kecurigaan wisatawan terhadap potensi <i>dual pricing</i>.</p> <p>c. Membangun kesadaran pelaku usaha pariwisata tentang pentingnya transparansi harga terhadap kepuasan wisatawan dan image pariwisata Belitung. .</p>	Berkoordinasi dengan instansi pemerintah untuk membuat payung hukum terkait transparansi harga industri pariwisata di Belitung.	<p>a. Meingidentifikasi akar masalah yang menyebabkan terjadinya ketidak transparansi harga yang dilakukan oleh pelaku usaha pariwisata (restoran).</p> <p>b. <i>Public relations</i> melakukan pendekatan dan pemberian informasi juga penyamaan persepsi terkait dampak negatif yang mungkin terjadi jika harga tidak ditampilkan di menu.</p> <p>c. <i>Public relations</i> mengadakan pertemuan langsung dengan para pengusaha dan melakukan workshop juga konsultasi mengenai penetapan harga.</p> <p>d. Dalam pertemuan ini, <i>public relations</i> melibatkan dinas terkait dan pengambil keputusan untuk ikut serta dalam proses tersebut.</p> <p>e. <i>Public relations</i> melakukan proses lobbying dengan para pemangku kepentingan dan</p>	<p>a. Melakukan konsultasi publik dengan melibatkan tim ahli di bidang rekaya harga terkait transparansi harga.</p> <p>b. Melakukan sosialisasi kepada seluruh pelaku usaha pariwisata terkait metode rekayasa harga dan melakukan one-on-one session dengan tim ahli untuk melakukan konsultasi dan penetapan harga.</p> <p>c. <i>Public relations</i> berkoordinasi dengan para pembuat regulasi untuk membuat payung hukum terkait transparansi harga.</p>	<p>a. <i>Public Relations</i> melakukan pengawasan langsung secara insidentil kepada para pemilik restaurant yang telah membangun komitmen bersama terkait transparansi harga.</p> <p>b. <i>Public relations</i> secara bertahap melakukan pemastian terhadap implementasi dan komitmen transparansi</p>

		<p>pembuat kebijakan untuk kemudian meminta payung hukum dalam penetapan penampilan harga di menu.</p> <p>f. Membuat kesepakatan bersama terkait transparansi harga di dalam daftar menu.</p> <p>g. Kesepakatan ini menjadi dasar untuk membuat payung hukum transparansi harga.</p>		<p>harga terhadap pemilik restoran.</p>
--	--	--	--	---

Penampilan harga di menu sering kali diabaikan dan tidak terhitung sebagai permasalahan, namun ini dapat memberikan dampak yang buruk pada pengembangan pariwisata khususnya di Belitung. Ketakutan pemilik rumah makan akan harga yang terlalu rendah dan ketakutan wisatawan akan pemberian harga yang terlalu tinggi menjadi permasalahan. Dengan adanya penetapan transparansi harga pada menu, peneliti berharap bahwa ini dapat menjadi solusi untuk kedua belah pihak. Adapun saran yang diberikan untuk menyelesaikan permasalahan ini, adalah dengan membuat rekayasa harga dimana rekayasa harga ini mempertimbangkan inflasi pada harga bahan dasar produk. Sehingga pemilik restoran dapat menetapkan harga sedemikian rupa dengan tetap mempertimbangkan keuntungan dan meminimasi kerugian dengan tidak mengurangi hak-hak wisatawan untuk mendapatkan informasi harga produk yang transparan. Proses ini melibatkan *public relations* dalam menjalin suatu komunikasi dengan melakukan pendekatan, pengedukasikan, penginformasian dan proses lobbying dengan seluruh pemilik restoran melibatkan tim ahli dibidang rekayasa harga dengan dijembatani oleh Dinas terkait, untuk kemudian pada akhirnya membuat suatu payung hukum yang disepakati bersama dan diimplementasikan secara bertahap. Proses ini dilakukan secara bertahap dengan melakukan penyamaan persepsi dari seluruh pemilik restoran sehingga tercapai suatu kesamaan persepsi transparansi harga.

Permasalahan ini pernah terjadi di Jogja, sebelum permasalahan yang sama terjadi, disarankan pemberlakuan transparansi harga ini dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan wisatawan. Penetapan harga ini juga mempertimbangkan pelayanan dan fasilitas yang disediakan rumah makan, *one-on-one session* yang dilakukan diharapkan mampu memberikan kesesuaian harga dengan tidak merugikan pemilik rumah makan dan wisatawan.



Penetapan regulasi harga terendah dan harga tertinggi ( <i>Bottom dan Upper Price</i> )					
<i>Situation</i>	<i>Objective</i>	<i>Strategy</i>	<i>Tactics</i>	<i>Action</i>	<i>Control</i>
Belum terdapat standarisasi harga, untuk setiap produk pariwisata yang dijual di Belitung. Penetapan standarisasi harga diperlukan untuk menjamin hak-hak produsen dan hak-hak konsumen dengan tidak menghilangkan kaidah-kaidah pemasaran.	<p>a. Untuk menjamin produsen dalam menetapkan harga produk pariwisata dan menjamin hak konsumen (wisatawan) untuk mendapatkan harga yang wajar.</p> <p>b. Untuk meningkatkan pelayanan dengan mengedepankan wisatawan.</p> <p>c. Menciptakan persaingan yang sehat antar <i>tour operators</i>.</p>	Membuat kesepakatan bersama dan membuat regulasi jika memungkinkan sebagai payung hukum atau landasan terkait penetapan batasan harga.	<p>a. <i>Public relations</i> melakukan identifikasi sebaran harga produk pariwisata di Belitung.</p> <p>b. <i>Public relations</i> berkoordinasi dengan ASATI (Asosiasi Tour and Travel) Belitung terkait permasalahan harga yang muncul yang berpotensi dapat menghambat perkembangan pariwisata Belitung.</p> <p>c. <i>Public relations</i> bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Belitung melakukan pertemuan berkala kepada seluruh pelaku usaha pariwisata di Belitung untuk mendiskusikan rencana penetapan harga produk pariwisata.</p> <p>d. Melibatkan tim ahli dalam penyusunan harga suatu</p>	<p>a. Melakukan survey harga setiap produk pariwisata (paket wisata) Belitung dengan cara melibatkan wisatawan yang datang ke Belitung.</p> <p>b. Melakukan pertemuan berkala dengan ASATI untuk menyamakan persepsi terkait penetapan batas harga paket wisata Belitung.</p> <p>c. Melakukan pertemuan berkala dengan seluruh <i>tour operators</i> untuk menyamakan persepsi dan wacana penetapan standar harga produk wisata Belitung.</p>	<p>a. <i>Public Relations</i> melakukan pengawasan dan monitoring berkala terhadap kondisi harga produk pariwisata (paket wisata) dengan cara melakukan survey kepuasan pelanggan dari setiap wisatawan yang datang ke Belitung.</p> <p>b. <i>Public relations</i> bekerjasama dengan ASATI melakukan pengawasan terhadap seluruh pelaku usaha pariwisata terkait implementasi penetapan standar harga.</p>

			<p>produk pariwisata dengan tidak menghilangkan hak-hak konsumen untuk mendapatkan harga dan pelayanan secara wajar.</p> <p>e. <i>Public relations</i> berkerjasama dengan seluruh pelaku usaha pariwisata (<i>tour operators</i>) untuk menyamakan persepsi terkait penetapan batas harga produk pariwisata.</p>	<p>d. <i>Public relations</i> berkerjasama dengan pelaku usaha pariwisata dan tim ahli untuk menyusun standar harga produk pariwisata dengan tetap mempertimbangkan hak-hak konsumen dan situasi pasar.</p> <p>e. Jika sudah tercapai kesepakatan, <i>public relations</i> bersama para pelaku usaha pariwisata disaksikan dengan ASATI menandatangani kesepakatan bersama terkait standarisasi harga produk pariwisata (paket wisata) Belitung.</p>	
--	--	--	---	--	--

Penetapan standarisasi harga perlu dilakukan untuk menghindari adanya persaingan tidak sehat dan monopoli terhadap produk pariwisata yang dilakukan oleh salah satu *tour operators*. Penetapan standarisasi harga ini dilakukan secara bertahap dengan cara melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan ASATI melibatkan *public relations* sebagai jembatan komunikasi keluar dan ke dalam organisasi. Namun penetapan standarisasi harga ini perlu diteliti lebih lanjut lagi oleh peneliti yang fokus terhadap *tourism marketing product*. Namun, untuk sampai ke tahap tersebut, beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh *public relations* dalam menyamakan persepsi tentang standarisasi harga adalah sebagai berikut: melakukan pendekatan, pertemuan berkala, dan persamaan persepsi dengan ketua ASATI; melakukan pendekatan dengan para pelaku usaha/*tour operators* dan melakukan komunikasi awal serta menjadwalkan pertemuan untuk melakukan pembahasan terkait standarisasi harga; *public relations* bersama para ahli dan ketua ASATI serta pelaku usaha melakukan pertemuan berkala dan melakukan komunikasi dua arah terkait standarisasi harga dan penyamaan persepsi terkait standarisasi harga; setelah kesepakatan terjadi, para pelaku usaha dan ketua ASATI melakukan perjanjian terkait hal tersebut.

Kepuasan pelanggan/wisatawan serta keselamatan dan hak-hak wisatawan lainnya menjadi tolok ukur dalam melakukan penetapan standarisasi harga ini dengan tidak menghilangkan profit kepada *tour operators*.

Pemasaran melalui Youtube dengan mengguankan *endorser*

<i>Situation</i>	<i>Objective</i>	<i>Strategy</i>	<i>Tactics</i>	<i>Action</i>	<i>Control</i>
Belum terdapat pemasaran dengan mengundang konten <i>creator</i> yang mendunia untuk memperluas penyebaran informasi dan untuk memaksimalkan penyebaran informasi.	<p>a. Untuk menyebarkan informasi secara internasional.</p> <p>b. Untuk meningkatkan pemasaran hingga seluruh dunia.</p> <p>c. Untuk memangkas biaya pemasaran.</p>	<p>Mengundang Youtuber yang memfokuskan dirinya pada travel dan food, seperti Channel Best Ever Food Review Show yang memiliki <i>subscriber</i> 1.445.272 dan <i>channel</i> Wiens dengan <i>subscriber</i> 3.258.636 untuk datang ke Belitung dan melakukan dokumentasi serta mengupload nya di <i>channel</i> mereka.</p>	<p>a. Setelah <i>Sustainable Night Market</i> dan sistem pariwisata berkelanjutan diterapkan di Belitung, <i>public relations</i> mulai melakukan identifikasi terhadap <i>channel</i> youtube yang berorientasi pariwisata dan makanan khas.</p> <p>b. <i>Public relations</i> melakukan komunikasi dan presentasi juga memaparkan strateginya kepada dinas terkait dan kepada para stakeholder terkait.</p> <p>c. <i>Public relations</i> melakukan komunikasi dan <i>lobbying</i> kepada pada</p>	<p>a. <i>Public relations</i> melakukan komunikasi dan presentasi terkait strategi yang akan di usung kepada para pemangku kepentingan dan dinas terkait.</p> <p>b. <i>Public relations</i> membuat kesepakatan dengan para stakeholder terkait dan dinas terkait untuk mendapatkan dukungan.</p> <p>c. <i>Public relations</i> melakukan komunikasi by email dengan para pemilik <i>channel</i>, menanyakan terkait tujuan dan acara pengundangan.</p> <p>d. <i>Public relations</i> melakukan negosiasi</p>	<p>c. <i>Public Relations</i> melakukan pengawasan dan monitoring berkala terhadap <i>channel</i> yang ada, melihat perkembangan dari minggu ke minggunya.</p> <p>d. <i>Public relations</i> melakukan survey dan melihat perkembangan dari kegiatan promosi ini.</p>

			<p>pemilik channel youtube.</p> <p>d. <i>Public relations</i> melakukan proses negosiasi secara online.</p> <p>e. <i>Public relations</i> menjadi penyambut dan <i>tour guide</i> selama para pemilik <i>channel</i> ada di Belitung.</p>	<p>dengan para pemilik channel.</p> <p>e. <i>Public relations</i> membuat kesepakatan dengan para pemilik channel.</p> <p>f. <i>Public relations</i> berkerjasama dengan para pemangku kepentingan terkait mempersiapkan tiket, hotel dan lain sebagainya.</p> <p>g. <i>Public relations</i> menjadi penyambut dan <i>tour guide</i> selama para pemilik channel berada di Belitung.</p>	
--	--	--	---	--	--

Kegiatan pemasaran adalah salah satu kegiatan yang harus mengikuti keinginan dan kebutuhan para wisatawan. Melihat begitu tingginya penggunaan Youtube menjadi peluang yang dapat dilihat oleh peneliti dan dimanfaatkan oleh Belitung. Sebagai pariwisata yang baru dan berkembang, pemasaran ini perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan pencapaian dan meningkatkan kedatangan wisatawan ke Belitung. Sulitnya untuk melakukan pemasaran keluar negeri bukan menjadi halangan lagi, penggunaan youtube dan *endorser* ini dapat menjangkau wisatawan dari seluruh dunia. Kegiatan ini telah dilakukan oleh Vietnam dari 2008, berbagai video menunjukkan bahwa dengan adanya dokumentasi dan video yang ditampilkan secara global membuat wisatawan penasaran dan tertarik untuk datang dan melakukan wisata di Vietnam. Ini merupakan salah satu contoh keberhasilan pemasaran wisata melalui youtube dan media sosial.

Peluang ini dapat dimanfaatkan dengan menggunakan *channel channel* yang memiliki ketertarikan terhadap pariwisata. Penelitian lebih lanjut sangat disarankan dalam melakukan pemasaran ini.

*Public relations* sangat dibutuhkan dalam pemasaran ini, melakukan komunikasi dengan menggunakan email akan sangat efektif dilakukan oleh seorang *public relations*. Berkerjasama dengan hotel dan penerbangan dilakukan untuk memangkas pengeluaran dan memaksimalkan pemasaran yang digunakan. Strategi ini dipilih berdasarkan penelitian yang dilakukan, wisatawan cenderung lebih mengetahui Belitung dari media sosialnya, dan ini menjadi peluang tinggi bagi Dinas Pariwisata untuk kemudian mengembangkan kiprahnya di dunia media sosial. Beberapa *channel youtube* peneliti jadikan sebagai saran dan strategi yang harus dilakukan, mengingat kedua channel tersebut memiliki *subscriber* yang tinggi dan berorientasi pada pariwisata.

**LAMPIRAN 2. Panduan wawancara dengan pengambil keputusan**

**PANDUAN WAWANCARA**  
**Pengembangan Strategi *Public Relations* Menggunakan Pendekatan**  
**Marketing Mix dan SOSTAC, Studi Kasus Pariwisata Belitung**

Oleh: Herdi Andrariladchi  
 Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan *Public Relations*, Universitas Esa Unggul  
 Jakarta

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PENGAMBIL KEBIJAKAN**

<b>Karakteristik Pengambil Kebijakan</b>		
1. Nama	:	Alex Suryadi
2. Jenis Kelamin	:	(1) Laki-laki; (2) Perempuan
3. Umur	:	-
4. Alamat	:	Belitung
5. Tingkatan dalam struktur organisasi	:	KASI Pengembangan Infrastruktur dan Ekosistem
6. Tingkat pendidikan	:	(0) Tidak Sekolah (1) SD (2) SMP (3) SMA/SMU/SMK (4) Strata 1 Management (5) Strata 2

<b>Karakteristik Sosio-Ekonomi</b>		
7. Jenis Pekerjaan	:	a. TNI/Polisi b. Pegawai Negeri Sipil c. Karyawan Swasta d. Pedagang e. Petani f. Pensiun g. Pelajar/Mahasiswa h. Pengusaha i. Lain lain.....

<b>Profil Sosio-Psikografis</b>	
8.	Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, bagaimana prospek pengembangan pariwisata di Belitung? Sangat berkembang yang dapat dilihat dari banyaknya objek wisata baru yang berkembang dan jumlah turis yang terus mengalami peningkatan, ini juga terlihat dari antusias masyarakat terkait pengembangan pariwisata yang ada di Belitung.
9.	Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, jenis wisata yang bagaimana sangat diminati dan paling banyak pengunjungnya?

<p>Wisata alam bahari karena kita adalah kepulauan, Cuma memang lebih banyak ke wisata alam, memang ada budaya namun tidak setinggi wisata alam.</p>
<p>10. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana peran pemerintah (kepala daerah) dan stakeholder terlibat lainnya dalam dunia pariwisata di Belitung? Berperan sangat penting untuk melakukan promosi pariwisata, koordinasi dengan seluruh stakeholder, dan pengambilan keputusan terkait pengembangan pariwisata Belitung. Semua sangat berpengaruh karena kami berkerjasama dengan semua dinas, segala dinas memberikan sinerginya untuk mengembangkan pariwisata di Belitung, walaupun uang kita ga banyak tapi kerjasama kita sangat tinggi, karena gotong royong semua dinas menjadi bantuan kami untuk berkembang.</p>
<p>11. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, sebagai pengambil kebijakan bagaimana pariwisata memberikan sumbangsih besar terhadap PAD daerah? Sangat memberikan sumbangsih besar terhadap peningkatan PAD Belitung, dilihat dari peningkatan PAD Belitung dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Tingkat perekonomian juga sudah meningkat, kalau melihat perekonomian sudah mulai hidup, contohnya UKM yang dulunya tidak memiliki apa apa sekarang sudah mulai maju. Galeri UMKM juga didirikan untuk mendukung pengembangan pariwisata Belitung.</p>
<p>12. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, bagaimana tingkat kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Belitung? Dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup tinggi untuk wisatawan lokal.</p>
<p>13. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, bagaimana tingkat kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Belitung? Dari tahun ke tahun jumlah kunjungan wisatawan baik dalam negeri ataupun mancanegara mengalami peningkatan memang tidak sangat pesat namun trend nya naik.</p>
<p>14. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan sebaiknya berapa kali dalam setahun pemerintah daerah kabupaten Belitung melakukan promosi wisata untuk menarik minat wisatawan? Kalau ditanya sebaiknya maka lebih baik jika dilakukan sesering mungkin, namun karena keterbatasan anggaran maka dilakukan 4 kali dalam setahun sesuai dengan anggaran yang telah tersedia. Jika bisa sebanyak banyak ya untuk menarik wisatawan sebanyak-banyaknya. Kalender event juga kita sudah siapkan.</p>
<p>15. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan efek peningkatan kunjungan wisatawan yang datang setelah diadakannya promosi wisata Belitung? Dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan secara langsung karena sebaaian besar wisatawan mendapatkan informasi tentang Belitung berasal dari media sosial, televisi dan atau majalah. Semenjak diadakan table top dengan mengajak travel agent Belitung dengan travel agent di luar, memang tidak terasa sekarang, namun kita harapkan bisa menarik wisatawan yang banyak. Bisa juga ada namun antar mereka saja.</p>
<p>16. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, sebagai pengambil kebijakan bagaimana kondisi infrastruktur yang ada di setiap lokasi wisata di Belitung? Secara umum dapat dikatakan kondisi infrastruktur Belitung</p>



<p>masih belum cukup, karena pariwisata yang tumbuh sangat cepat, kami sangat keteteran, dalam RT/RW kita disusun 5 tahun, dalam kondisi sebenarnya kita sudah seperti 25 tahun, jadi sangat keteteran. Mulai dari film, puteri Indonesia, menjadikan pariwisata Belitung sangat berkembang, sarana prasarana pendukung masih sangat jauh dari kurang dan kami masih sangat keteteran dalam menanggulangi permasalahan ini.</p>
<p>17. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan tentang kecukupan regulasi yang ada di Belitung tentang pengembangan pariwisata? Perlu inovasi dan penambahan regulasi untuk mengembangkan pariwisata di Belitung.</p>
<p>18. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah perlu masyarakat diberikan penyuluhan terkait pengembangan pariwisata di Belitung? Penyuluhan kepada masyarakat sangat perlu dilakukan untuk menjalin sinergi antar seluruh pemangku kepentingan terutama masyarakat, karena masyarakat yang nanti akan bersentuhan langsung dengan wisatawan dan merasakan dampak langsung terhadap kunjungan wisatawan. Hutan kemasyarakatan juga sudah dibangun untuk memfasilitasi masyarakat. Kita mendorong masyarakat dengan memberikan kelola penuh kepada masyarakat.</p>
<p>19. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan lokasi wisata mana di Belitung yang sangat diminati oleh wisatawan dalam dan luar negeri? Sebagain besar adalah objek wisata bahari terutama Tanjung Kelayang dan Pulau Lengkuas adalah destinasi yang paling tinggi dan sudah menjadi ikon di Belitung hingga saat ini, tapi dalam hal ini kita arahkan untuk mengunjungi daerah lain.</p>
<p>20. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, apa yang perlu menjadi perhatian untuk pengembangan pariwisata? Pola masyarakat dalam menghargai ekosistem; pola hidup masyarakat dalam kebersihan; pola pikir masyarakat. Regulasi peraturan desa harus dibuat untuk mengembangkan desanya sendiri, aturan desa juga harus diperjelas, karena kita birokrasi yang memiliki banyak aturan, seperti contoh di Sijuk, hutan bakau yang dimiliki provinsi, pemda tidak ada pengawasan, hal-hal seperti ini yang harus ada dibidang peraturan. Pola masyarakat yang seperti menghargai, seperti penjagaan terumbu karang dan ekosistem. Selain itu pola hidup masyarakat tentang kebersihan, karena pola pikir masyarakat tambang masih ada di benak masyarakat.</p>
<p>21. Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan bagaimana peningkatan kunjungan wisatawan dalam dan luar negeri ke Belitung? Mengalami peningkatan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun.</p>
<p>22. Dari seluruh program pengembangan pariwisata di Belitung yang telah dijalankan oleh Dinas, seberapa persen capaian yang diperoleh? Jika melihat program kerja Dinas Pariwisata Belitung terhadap capaian target sudah sangat baik.</p>
<p>23. Apa yang menjadi acuan Dinas Pariwisata Belitung dalam pengembangan potensi pariwisata di Belitung? Sinergi antara swasta dan pemerintahan; koordinasi antar pemangku kepentingan. Karena masalah yang akan tumbuh akan banyak, jadi sinergi dan koordinasi antar stakeholder karena</p>

<p>melibatkan beberapa pemangku kepentingan didalamnya.</p>
<p>24. Sejauhmana pelibatan masyarakat setempat dalam pengembangan pariwisata di Belitung? Sangat besar sekali, karena masyarakat Belitung sendiri yang ingin melakukan perbaikan dan pengembangan pariwisata di daerah mereka. Sangat positif, karena banyak masyarakat lokal yang sudah merasakan dampaknya.</p>
<p>25. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apakah perlu mengadakan night market (pasar malam) yang di dalamnya menjual makanan khas Belitung dan budaya Belitung? Jika melihat trend saat ini rasanya belum dibutuhkan, karena sudah ada gallery UMKM.</p>
<p>26. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah perlu Belitung memiliki regulasi terkait wisatawan yang datang harus berpakaian yang sopan atau sesuai dengan kearifan lokal yang berlaku? Jika melihat wisatawan yang datang saat ini, masih dapat dikatakan sopan dan tidak melanggar kearifan lokal, sehingga untuk dalam waktu dekat ini regulasi terkait hal ini dirasa belum perlu. Masyarakat juga cuek karena tidak melewati batas. Toleransi dari masyarakat juga sangat tinggi, jadi dirasa belum perlu adanya regulasi seperti itu saat ini.</p>
<p>27. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah memungkinkan pengembangan pariwisata hiburan (club malam, live music dan lain sebagainya)? Memungkinkan untuk dikembangkan namun perlu ada wilayah-wilayah khusus untuk hal yang satu ini dan mungkin juga perlu mendapat persetujuan dari seluruh pemangku kepentingan yang ada. Hampir dua bulan sekali ada promo artis yang datang ke Tanjung Kelayang untuk mengadakan pariwisata hiburan. Untuk club malam mungkin belum, hanya ngopi aja mungkin yang sudah boleh dan untuk dijadikan tempat nongkrong.</p>
<p>28. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah pengembangan pariwisata di Belitung telah memperhatikan “sustainable tourism/pariwisata berkelanjutan”? Program pengembangan pariwisata Belitung dari awal sudah dikonsep atau diarahkan untuk dikembangkan secara <i>sustainable</i>, namun dalam perjalannya dapat dikatakan memang belum <i>sustainable</i>. Penataan SDM dan pelatihan harus dilakukan mulai dari pelaku dan pembisnis pariwisata.</p>
<p>29. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, siapa yang menjadi sasaran (Segmentasi pasar) pariwisata Belitung, menurut skala prioritas yang ada? Saat ini pariwisata Belitung belum menentukan segementasi pasar khusus. Fokus Dinas Pariwisata Belitung adalah menarik semua wisatawan dari semua segementasi yang ada untuk mau berkunjung ke Belitung guna lebih memperkenalkan Belitung ke masyarakat luas.</p>
<p>30. Bagaimana peran serta pemerintah dan instansi terkait dalam upaya menjaga dan mengembangkan budaya yang menjadi ciri khas Belitung? Regulasi terkait adat dan peraturan pelestarian juga perlu di tingkatkan, mata pelajaran muatan lokal masih ada untuk meningkatkan budaya di Belitung, hari kamis berpakaian adat lokal untuk siswa/siswi yang ada di Belitung.</p>
<p>31. Apakah ada pengkhususan lokasi pariwisata menurut aktivitas atau jenis</p>

<p>wisata yang ditawarkan? Model atau pola pengembangan pariwisata Belitung sedang diarahkan menuju pola zonasi untuk kedepannya, namun jika melihat kondisi saat ini, maka pola zonasi belum dapat diterapkan sepenuhnya. Sudah mengarah, namun belum, mungkin rencana ke depan, sampe hari ini belum ada.</p>
<p>32. Bagaimana dengan upaya pemerintah daerah/instansi terkait dalam pengembangan sumber daya manusia di bidang Pariwisata di Belitung? Sebenarnya untuk program pelatihan ataupun sertifikasi kompetensi belum sepenuhnya tersedia, sejauh ini Dinas Pariwisata Belitung hanya melakukan serangkaian penyuluhan kepada masyarakat dan pelaku usaha pariwisata yang ada di Belitung.</p>
<p>33. Bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah/instansi terkait dalam pengembangan pariwisata Belitung? Terhadap perkembangan pariwisata Belitung, Dinas Pariwisata melakukan kerjasama dengan seluruh pelaku usaha untuk dapat melaporkan jumlah kunjungan wisatawan yang datang dan menginap di hotel sehingga dapat diketahui tingkat wisatawan yang datang yang dapat menjadi tolok ukur perkembangan wisatawan Belitung.</p>
<p>34. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, perlukah tersedianya alat pertolongan pertama /klinik/ tim tanggap darurat di setiap lokasi pariwisata di Belitung? Sangat diperlukan, saat ini ketersediaan klinik atau fasilitas kesehatan baru tersedia beberapa unit saja di beberapa lokasi wisata, dan ini perlu penambahan kedepannya.</p>
<p>35. Apa rencana 5 tahun kedepan yang diprogramkan oleh pemerintah/dinas terkait untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Rencana kerja jangka panjang Dinas Pariwisata Belitung adalah melakukan pengembangan objek wisata untuk lebih maksimal sehingga memiliki nilai jual yang lebih tinggi lagi untuk menarik minat wisatawan.</p>
<p>36. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apa yang menjadi kendala utama dalam pengembangan pariwisata di Belitung? Keterbatasan anggaran dan keterbatasan sumberdaya manusia pariwisata yang belum mumpuni.</p>
<p><b>Pendapat dan Saran</b></p>
<p>Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apa yang perlu dibenahi lagi untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Pola pikir dan kehidupan masyarakat lokal serta kesadaran masyarakat lokal yang masih rendah menjadi kendala pariwisata di Belitung. Karena kesadaran masyarakat Belitung terkait kebersihan sampah sangat rendah, dan perlu ditingkatkan, karena sangat berpengaruh pada pengembangan pariwisata di Belitung.</p>
<p>Sebagai pengambil kebijakan, upaya-upaya apa atau langkah apa yang perlu dilakukan lagi oleh Dinas Pariwisata Belitung untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Sinergi antar seluruh pemangku kepentingan dan peningkatan kapasitas sumberdaya manusia pariwisata. Kordinasi antar pemerintah juga harus ditingkatkan untuk dapat menjadikan satu suara.</p>

**PANDUAN WAWANCARA**  
**Pengembangan Strategi *Public Relations* Menggunakan Pendekatan**  
**Marketing Mix dan SOSTAC, Studi Kasus Pariwisata Belitung**

Oleh: Herdi Andrariladchi  
 Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan *Public Relations*, Universitas Esa Unggul  
 Jakarta

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PENGAMBIL KEBIJAKAN**

<b>Karakteristik Pengambil Kebijakan</b>		
1. Nama	:	Annyta, SP.M.I.L
2. Jenis Kelamin	:	(1) <del>Laki-laki</del> ; (2) Perempuan
3. Umur	:	49 tahun
4. Alamat	:	Belitung
5. Tingkatan dalam struktur organisasi	:	Kepala Bidang LITBANG BAPPEDA
6. Tingkat pendidikan	:	(1) <del>Tidak Sekolah</del> (2) <del>SD</del> (3) <del>SMP</del> (4) <del>SMA/SMU/SMK</del> (5) <del>Strata 1</del> (6) Strata 2 – Lingkungan UNPAD

<b>Karakteristik Sosio-Ekonomi</b>		
7. Jenis Pekerjaan	:	a. <del>TNI/Polisi</del> b. Pegawai Negeri Sipil c. <del>Karyawan Swasta</del> d. <del>Pedagang</del> e. <del>Petani</del> f. <del>Pension</del> g. <del>Pelajar/Mahasiswa</del> h. <del>Pengusaha</del> i. <del>Lain-lain</del> .....
<b>Profil Sosio-Psikografis</b>		
8. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, bagaimana prospek pengembangan pariwisata di Belitung? Sangat berkembang, dari tahun ke tahun pariwisata Belitung meningkat kunjungannya.		
9. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, jenis wisata apa yang sangat diminati dan paling banyak pengunjungnya? Wisata alam atau bahari masih menjadi primadona Belitung.		
10. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana peran pemerintah (kepala daerah) dan stakeholder terlibat lainnya dalam dunia pariwisata di Belitung? Sangat berperan, karena melibatkan semua SKP Dinas yang ada, dan tidak bersifat sektoral.		

11. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, bagaimana tingkat kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Belitung? Dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang menggembirakan.
12. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan sebaiknya berapa kali dalam setahun pemerintah daerah kabupaten Belitung melakukan promosi wisata untuk menarik minat wisatawan? Sebaiknya dilakukan sesering mungkin, namun karena keterbatasan anggaran maka promosi dilakukan dengan sangat terbatas.
13. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan efek peningkatan kunjungan wisatawan yang datang setelah diadakannya promosi wisata Belitung? Angka kunjungan wisatawan mengalami peningkatan setelah promosi dilakukan.
14. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, sebagai pengambil kebijakan bagaimana kondisi infrastruktur yang ada di setiap lokasi wisata di Belitung? Masih dirasa kurang dan perlu dilakukan pembenahan infrastruktur untuk lebih menunjang semua aktivitas pariwisata yang ada.
15. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan bagaimana kondisi sarana prasarana yang ada dalam menunjang pariwisata di Belitung? Dirasa belum cukup, sehingga perlu ada penambahan sarana prasana penunjang aktivitas pariwisata, seperti klinik, transportasi dan lain-lain.
16. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan tentang kecukupan regulasi yang ada di Belitung tentang pengembangan pariwisata? Belum cukup, masih perlu cukup banyak regulasi untuk mengawal pengembangan pariwisata Belitung.
17. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apakah perlu penambahan regulasi untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Mohon sebutkan. Jika perlu, mohon sebutkan regulasi yang diperlukan. Dirasa cukup perlu sebagai payung hukum, contohnya regulasi terkait standarisasi harga dan pengelolaan lingkungan objek wisata.
18. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan lokasi wisata mana di Belitung yang sangat diminati oleh wisatawan dalam dan luar negeri? Wisata pantai, karena belum ada opsi objek wisata lain yang menarik tersedia yang menarik bagi wisatawan.
19. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, apa yang perlu menjadi perhatian untuk pengembangan pariwisata? Keramahtamahan, transparansi harga, kebersihan objek wisata dan pengembangan objek baru untuk malam hari.
20. Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan bagaimana peningkatan kunjungan wisatawan dalam dan luar negeri ke Belitung? Data kunjungan wisata yang datang ke Belitung memperlihatkan arus kunjungan wisatawan yang meningkat cukup pesat.
21. Dari seluruh program pengembangan pariwisata di Belitung yang telah dijalankan oleh Dinas, seberapa persen capaian yang diperoleh? Mohon sebutkan capaian yang diperoleh. Tidak tersedia data terkait persentase capaian dari program, karena masih

fokus pada angka wisatawan.
22. Apa yang menjadi acuan Dinas Pariwisata Belitung dalam pengembangan potensi pariwisata di Belitung? Peraturan Daerah Belitung yang ditetapkan oleh Bupati Belitung.
23. Sejauh mana pelibatan masyarakat setempat dalam pengembangan pariwisata di Belitung? Sejauh ini pelibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata Belitung belum terlihat dengan nyata. Dinas Pariwisata belum melibatkan secara langsung masyarakat untuk bersama-sama mengembangkan pariwisata yang ada di Belitung.
24. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apakah perlu mengadakan night market (pasar malam) yang di dalamnya menjual makanan khas Belitung dan budaya Belitung? Sangat perlu karena wisatawan tidak punya tujuan aktivitas wisata pada malam hari.
25. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah perlu Belitung memiliki regulasi terkait wisatawan yang datang harus berpakaian yang sopan atau sesuai dengan kearifan lokal yang berlaku? Dirasa sangat perlu mengingat Belitung memiliki cirikhas adat budaya yang berbeda dengan daerah lain, dimana Belitung kental dengan budaya melayunya yang bernafaskan Islam, sehingga perlu ada regulasi yang mengatur hal terkait ini.
26. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah memungkinkan pengembangan pariwisata hiburan (club malam, live music dan lain sebagainya)? Memungkinkan dengan catatan tidak berdampak negatif terhadap masyarakat lokal.
27. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah pengembangan pariwisata di Belitung telah memperhatikan “sustainable tourism/pariwisata berkelanjutan”? Jika dilihat dari aktivitas pariwisata dan pola pengembangan wisata yang ada saat ini, maka belum dapat dikatakan pola pengembangan wisata Belitung telah mengarah ke <i>sustainable tourism</i> .
28. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, siapa yang menjadi sasaran (Segmentasi pasar) pariwisata Belitung, menurut skala prioritas yang ada? Kalau untuk sasaran segmentasi pasar, maka tujuannya adalah wisatawan manca negara, namun karena keterbatasan sumberdaya yang ada maka saat ini target adalah untuk mengejar peningkatan jumlah wisatawan yang datang.
29. Bagaimana peran serta pemerintah dan instansi terkait dalam upaya menjaga dan mengembangkan budaya yang menjadi ciri khas Belitung? Mengadakan perhelatan pentas seni dan budaya untuk mengembangkan dan memperkenalkan budaya Belitung.
30. Apakah ada pengkhususan lokasi pariwisata menurut aktivitas atau jenis wisata yang ditawarkan? Pengkhususan secara khusus untuk objek wisata yang didesain oleh Dinas Pariwisata Belitung tidak ada, namun pengkhususan karena tipe ataupun letak lokasi wisata ada.
31. Bagaimana upaya pemerintah daerah/instansi terkait dalam pengembangan sumber daya manusia di bidang Pariwisata di Belitung? Bentuk pengembangan sumberdaya yang dilakukan saat ini baru sebatas pada sosialisasi saja, belum ada upaya nyata untuk mencetak sumberdaya manusia wisata handal di Belitung.

32. Bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah/instansi terkait dalam pengembangan pariwisata Belitung? Bentuk pengawasan yang dilakukan baru hanya sebatas monitoring ataupun kunjungan saja.
33. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, perlukah tersedianya alat pertolongan pertama /klinik/ tim tanggap darurat di setiap lokasi pariwisata di Belitung? Sangat diperlukan karena klinik salah satu prasarana yang belum tersedia di Belitung untuk di lokasi wisata.
34. Bagaimana dengan rencana 5 tahun kedepan yang diprogramkan oleh pemerintah/dinas terkait untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Target yang akan dicapai adalah mendatangkan wisatawan sebanyak mungkin ke Belitung.
35. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apa yang menjadi kendala utama dalam pengembangan pariwisata di Belitung? Keterbatasan sumberdaya manusia, objek wisata belum dikelola maksimal, belum ada objek wisata malam hari, hospitality masyarakat.
<b>Pendapat dan Saran</b>
Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apa yang perlu dibenahi lagi untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Pengembangan Destinasi Atraksi → perlu ditambahkan baik dalam destinasi yang ada maupun destinasi baru Amenitas → perlu ditingkatkan Aksesibilitas → sudah cukup baik Hal negatif yang ada di Belitung <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sampah berserakan di desinasi karena pola fikir masyarakat yang belum berkembang</li> <li>- Harga yang mahal dan tidak transparan</li> <li>- Peneragan yang kurang di malam hari</li> <li>- SDM Pariwisata yang kurang dan perlu dikembangkan</li> <li>- Sanitasi yang tidak diperhatikan</li> <li>- Tidak mudah menerima masukan menjadi penyebab utama adanya suatu permasalahan</li> </ul>
Sebagai pengambil kebijakan, upaya-upaya apa atau langkah apa yang perlu dilakukan lagi oleh Dinas Pariwisata Belitung untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Perlu penambahan orang, peningkatan sumber daya manusia, pemberian pelatihan dan sosialisasi, peningkatan kerjasama, pengembangan objek wisata Belitung.

**PANDUAN WAWANCARA**

**Pengembangan Strategi *Public Relations* Menggunakan Pendekatan Marketing Mix dan SOSTAC, Studi Kasus Pariwisata Belitung**

Oleh: Herdi Andrariladchi

Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan *Public Relations*, Universitas Esa Unggul  
Jakarta

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PENGAMBIL KEBIJAKAN**

<b>Karakteristik Pengambil Kebijakan</b>		
1. Nama	:	Elmita Agustina
2. Jenis Kelamin	:	(1) Laki-laki; (2) Perempuan
3. Umur	:	48 <sup>th</sup>
4. Alamat	:	Belitung
5. Tingkatan dalam struktur organisasi	:	Kasi Penelitian Pengembangan Ekonomi Kreatif
6. Tingkat pendidikan	:	(1) <del>Tidak Sekolah</del> (2) <del>SD</del> (3) <del>SMP</del> (4) <del>SMA/SMU/SMK</del> (5) <del>Strata 1 Sastra Inggris- UGM</del> (6) <del>Strata 2</del>

<b>Karakteristik Sosio-Ekonomi</b>		
7. Jenis Pekerjaan	:	a. <del>TNO/Polisi</del> b. Pegawai Negeri Sipil c. <del>Karyawan Swasta</del> d. <del>Pedagang</del> e. <del>Petani</del> f. <del>Pension</del> g. <del>Pelajar/Mahasiswa</del> h. <del>Pengusaha</del> i. <del>Lain-lain</del> .....

<b>Profil Sosio-Psikografis</b>		
8.	Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, bagaimana prospek pengembangan pariwisata di Belitung? Sangat berkembang, ini dilihat dari perkembangan wisatawan yang datang ke Belitung yang semakin meningkat dari tahun ke tahunnya,	
9.	Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, jenis wisata apa yang sangat diminati dan paling banyak pengunjungnya? 70 sampai 80 % wisata alam bahari, karena memang di Belitung sendiri pantai dan alam menjadi daya tarik wisata yang utama yang dapat disuguhkan kepada wisatawan, memang ada wisata religi dll, namun hingga saat ini belum berkembang pesat seperti alam dan bahari. Budaya, sejarah dan pendidikan ada namun ga banyak, jadi wisata alam dan bahari masih menjadi	



<p>alasan wisatawan datang ke Belitung.</p>
<p>10. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana peran pemerintah (kepala daerah) dan stakeholder terlibat lainnya dalam dunia pariwisata di Belitung? Sangat berperan karena kita merupakan sektor unggulan, sekarang juga sedang gencarnya wisata, penerbangan yang bisa dilihat juga banyak sekali wisata yang datang ke Belitung.</p>
<p>11. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, sebagai pengambil kebijakan apakah pariwisata memberikan sumbangsih besar terhadap PAD daerah? Belum ada hitung-hitungan di ekonomi kreatif, justifikasi dan estimasi juga belum ada, UMKM melihat dari data yang ada omset di 2016 di angka 5 miliar di galeri UMKM, ini terjadi fluktuatif karena banyak toko-toko baru yang menjual hal yang sama, dan terkadang toko-toko membayar lebih kepada tour and travel untuk dapat mendatangkan wisatawan ke toko mereka. 2017 belum dicantumin karena masih ada di PERINDAK. UMKM ada sekitar 16.000. PAD hanya berisi hotel dan restaurant serta destinasi. Dikatakan ekonomi kreatif adalah pemikiran ide SDM untuk berbuat lebih, contohnya kuliner, perubahan rasa dan inovasi menjadi perubahan dan menjadi Ekonomi kreatif, berbeda sedikit dengan UMKM. Dari 16 sub sektor ini, Belitung masih mengitung hasil jumlah total ekonomi kreatif, karena banyak sekali desa yang tidak bisa membedakan antara UMKM dan Ekonomi kreatif, kesalahan perhitungan juga sering terjadi, sehingga data belum bisa dikatakan keseluruhan. Missinterpretasi yang dilakukan juga terjadi dan menyebabkan double data yang tidak sama. Data titik kordinat juga kadang menjadi permasalahan dari 1 desa ke desa lain yang terkadang menjadi kesalahan antara 1 dan data lainnya.</p>
<p>12. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, bagaimana tingkat kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Belitung? Sangat tinggi, namun belum ada hitung-hitungan siapa yang belanja, toko oleh-oleh masih belum mau memberikan data yang sesuai, karena bisa menjadi boomerang pajak bagi mereka. Aplikasi dari hukum, dan regulasi masih belum tercapai dengan baik.</p>
<p>13. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, bagaimana tingkat kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Belitung? Dibanding dengan wisatawan nusantara tidak lebih tinggi dari wisatawan nusantara. Beberapa wisata mancanegara sudah terlihat berlalu lalang, namun belum ada data yang menyakan berapa orang yang mampir dan melakukan pembelian pada ekonomi kreatif.</p>
<p>14. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan sebaiknya berapa kali dalam setahun pemerintah daerah kabupaten Belitung melakukan promosi wisata untuk menarik minat wisatawan? Expo, Direct Promotion, Website, Instagram, Facebook dll; Expo dibidang eknomi kreatif belum ada. Kita hanya menyelenggarakan workshop dan pembinaan kepada masyarakat, mulai dari packaging, management usaha, jualan online dan lain sebagainya. Event seperti Sail Indonesia, maras taun, seni pertunjukan, lomba musik, penulisan fiksi dan lain sebagainya yang dilakukan untuk mengembangkan ekonomi kreatif.</p>
<p>15. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan efek peningkatan kunjungan wisatawan yang datang setelah diadakannya promosi wisata Belitung? Sangat berpengaruh, mouth to mouth</p>

<p>promotion juga menjadi media promosi yang sangat efektif, karena pengalaman perseorangan menjadi lebih dikenal dan dinilai lebih kredible.</p>
<p>16. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, sebagai pengambil kebijakan bagaimana kondisi infrastruktur yang ada di setiap lokasi wisata di Belitung? Untuk di tempat oleh-oleh di tempat destinasi belum ada, ada mungkin namun sangat minim dan sangat kecil.</p>
<p>17. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan tentang kecukupan regulasi yang ada di Belitung tentang pengembangan pariwisata? Ekonomi kreatif ini baru di tahun 2014, 2015 baru mulai ada program, banyak yang harus dipelajari dari kegiatan yang dilakukan di ekonomi kreatif ini. Regulasi masih sangat kurang dan perlu pengembangan lebih lanjut.</p>
<p>18. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah perlu masyarakat diberikan penyuluhan terkait pengembangan pariwisata di Belitung? Memang masyarakat yang harusnya melaksanakan kegiatan ini.</p>
<p>19. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apakah perlu penambahan regulasi untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Regulasi terkait brand produk, regulasi terkait harga dan standarisasi menu dan produk. Belum ada regulasi terkait brand produk, namun harus dilakukan untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Harga makanan terlalu tinggi, di beberapa restaurant kecil yang tidak mau membayar pajak karena merasa bahwa pajak tersebut mereka yang bayar, padahal yang bayar pembeli, standarisasi harga belum ada, penampilan harga di menu juga tidak ada, dan ini bisa meningkatkan kemungkinan double pricing pada wisatawan, padahal beberapa kali sudah diadakan penyuluhan terkait harga ini dengan pembicara dosen dari Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Pensiastan makanan ketika mahal juga sudah diberikan agar tidak terjadi kerugian yang fatal yang merugikan pemilik restaurant, dan ini dilakukan untuk mengapatkan hubungan dan kepercayaan wisatawan. Namun hingga saat ini belum dilakukan dengan baik dan diaplikasikan dengan baik. Pelatihan yang dilakukan juga belum difahami dengan baik.</p>
<p>20. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan lokasi wisata mana di Belitung yang sangat diminati oleh wisatawan dalam dan luar negeri? Kuliner Mie Atep, Kelapa Resto, Kopi Kongdjie memiliki banyak franchise di Belitung dan luar Belitung, namun konsep yang dibuat sangat berbeda dan hanya menjual nama saja. Wisatawan sering nya datang ke Kongdjie yang asli yang di jalan sriwijaya.</p>
<p>21. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, apa yang perlu menjadi perhatian untuk pengembangan pariwisata? Dari sisi ekonomi kreatif, sektor unggulan yang menjadi perhatian lebih menurut kepala dinas adalah kuliner, keterkaitan dari kebelakang hingga ke depan harus di fikirkan secara matang, misalnya ikan gangan, kebelakang nya misalnya tukang ikan, tukang bumbu dll, sedangkan untuk ke depannya misalnya ikan gangan menjadi ikan kaleng gangan. Ini direncanakan untuk pengembangan berkelanjutan dari hulu hingga hilir.</p>
<p>22. Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan bagaimana peningkatan kunjungan wisatawan terhadap perkembangan ekonomi kreatif? Tinggi, karena kebutuhan primer</p>

<p>wisatawan kepada kuliner dan oleh-oleh selalu meningkat dan menjadi sasaran empuk untuk dikembangkan.</p>
<p>23. Dari seluruh program pengembangan pariwisata di Belitung yang telah dijalankan oleh Dinas, seberapa persen capaian yang diperoleh? Karena database baru dibuat, tahun depan baru akan ada, kami menargetkan penambahan 100 ekonomi kreatif baru, peningkatan diharapkan pelan namun pasti, evaluasi akan dilakukan pada 2019. Kurang nya data yang ada menyebabkan keterlambatan adanya penghitungan ekonomi kreatif.</p>
<p>24. Apa yang menjadi acuan Dinas Pariwisata Belitung dalam pengembangan potensi pariwisata di Belitung? Karena kita memiliki sektor unggulan kuliner, dan didukung dengan adanya dukungan kepala dinas, dengan tidak melupakan dan mengenyampingkan kegiatan lain yang ada.</p>
<p>25. Sejauh mana pelibatan masyarakat setempat dalam pengembangan pariwisata di Belitung? Sangat terlibat, dibuktikan dengan PKM yang semakin banyak dan banyak industri rumahan kreatif yang mulai mau mengembangkan kemampuan nya untuk bisa menjadi bagian dari ekonomi kreatif.</p>
<p>26. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apakah perlu mengadakan night market (pasar malam) yang di dalamnya menjual makanan khas Belitung dan budaya Belitung? Sebenarnya PERINDAK sudah ada wacana dan banyak sekali obrolan, tapi untuk pasar malam masih belum ada, event pasar malam sudah ada, tp sangat perlu sebenarnya untuk meningkatkan ekonomi kreatif Belitung. Selain itu sebenarnya café senang juga sudah menyediakan, namun masih belum ada tempat yang secara keseluruhan memang menjadi tempat pasar malam di Belitung. Sebenarnya sudah ada namun tempat yang tidak strategis menjadikan tempat itu sepi dan pengunjung sedikit yang berkunjung kesana. Tadinya kita menempatkan tempat itu disana supaya bisa memecah pariwisata Belitung, namun masih belum bisa hingga hari ini</p>
<p>27. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah perlu Belitung memiliki regulasi terkait wisatawan yang datang harus berpakaian yang sopan atau sesuai dengan kearifan lokal yang berlaku? Pernah ada orang luar yang memakai dalaman saja berjalan-jalan di sekitar Belitung, langsung menjadi perhatian oleh orang-orang sekitar, karena kita melayu jadi orang disini belum bisa menerima dengan kebudayaan dan kedaan seperti itu, jadi memang perlu sekali adanya suatu regulasi terkait perihal keijakaan wisatawan yang berpakaian. Bahkan untuk minuman bir saja hanya di tempat tertentu, mereka hanya di izinkan di warung-warung pinggir Tanjung Kelayang. Mungkin untuk kedepannya mungkin akan ada.</p>
<p>28. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah memungkinkan pegembangan pariwisata hiburan (club malam, live music dan lain sebagainya)? Di beberapa hotel di belitung sudah ada live music dan lain sebagainya, namun untuk kemudian membuat suatu club khusus mungkin aka nada namun belum sekarang. Terlihat dengan budaya yang sudah sedikit masuk, ketika pakaian renang digunakan dan hanya menggunakan pakaian mini saja. Tidak menutup kemungkinan untuk kedepannya akan ada regulasi terkait permasalahan ini. Namun kami sangat tidak ingin menjadi seperti Bali, private area untuk hal ini mungkin harus diatur agar budaya disini tidak tercampur dengan budaya luar. Wacana wisata</p>

<p>halal belum ada namun sudah mulai diarahkan mulai dari produk dll.</p>
<p>29. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah pengembangan pariwisata di Belitung telah memperhatikan “sustainable tourism/pariwisata berkelanjutan”? Sangat perlu karena mindset kami sudah berubah, mata pencaharian dari timah ke pariwisata menjadikan kami harus lebih focus bekerja di sektor pariwisata. Konsep pariwisata juga sudah mulai dimasukan ke masyarakat di sekitar destinasi, contohnya desa keciput, yang dulunya kapalnya dipakai untuk mencari timah sekarang berubah menjadi kapal untuk membawa tourist/wisatawan, jadi mindset nya sudah mulai berubah.</p>
<p>30. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, siapa yang menjadi sasaran (Segmentasi pasar) pariwisata Belitung, menurut skala prioritas yang ada? Menengah kebawah, karena untuk ekonomi kreatif, kami membutuhkan masyarakat yang mau mencicipi dan membeli produk kami, selain itu, kami juga menggunakan masyarakat UMKM untuk meningkatkan ekonomi mereka. Karena pemberdayaan kami lebih ke masyarakat.</p>
<p>31. Bagaimana peran serta pemerintah dan instansi terkait dalam upaya menjaga dan mengembangkan budaya yang menjadi ciri khas Belitung? IKKON/Inovasi dan Kreatif. melalui Kolaboratif Nusantara baru ada 2. Memang sangat susah untuk mencari apa kriya asli dari Belitung, ada satam, anyaman, mudah-mudahan untuk kedepannya harus lebih ditingkatkan lagi, batu satam juga sudah tidak terlalu banyak lagi.</p>
<p>32. Apakah ada pengkhususan lokasi pariwisata menurut aktivitas atau jenis wisata yang ditawarkan? Belum ada khusus, karena 1 village. 1 produk itu punya nya PERINDAK dan itu udah dari dulu dan belum berkembang dengan baik.</p>
<p>33. Bagaimana upaya pemerintah daerah/instansi terkait dalam pengembangan sumber daya manusia di bidang Pariwisata di Belitung? Workshop sudah banyak, Sosialisasi sudah banyak, baik dari BEKRA, Sertifikasi kompetensi photography. Barista dan lain sebagainya.</p>
<p>34. Bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah/instansi terkait dalam pengembangan pariwisata Belitung? Paling dilakukan ke komunitas, dan belum ada jadwal yang dilakukan untuk proses monitoring, belum terprogram juga evaluasi dan monitoring disini.</p>
<p>35. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, perlukah tersedianya alat pertolongan pertama /klinik/ tim tanggap darurat di setiap lokasi pariwisata di Belitung? Iya, sangat perlu.</p>
<p>36. Bagaimana dengan rencana 5 tahun kedepan yang diprogramkan oleh pemerintah/dinas terkait untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Upgrade objek wisata dan pembinaan yang dilakukan, HKI juga sebenarnya ada disini.</p>
<p>37. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apa yang menjadi kendala utama dalam pengembangan pariwisata di Belitung? SDM Sedikit, untuk mengolah data masih bingung karena banyak tugas yang harus diselesaikan, tugas yang terus datang menjadikan pekerjaan terbengkalai, data juga masih kasar; 16 Sektor ekonomi yang terlalu banyak; Mensubsektorkan jenis ekonomi kreatif yang ada di Belitung</p>
<p><b>Pendapat dan Saran</b></p>

Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apa yang perlu dibenahi lagi untuk pengembangan pariwisata di Belitung? SDM harus ditambah lagi, Klasifikasi juga harus dilakukan dan Regulasi juga harus ditambah untuk meningkatkan ekonomi kreatif di Belitung.

Sebagai pengambil kebijakan, upaya-upaya apa atau langkah apa yang perlu dilakukan lagi oleh Dinas Pariwisata Belitung untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Kesiapan semua dari segi produk dll harus ditingkatkan, kesiapan masyarakat juga harus ditingkatkan, bahan baku harus difikirkan, perlu penambahan regulasi; kesiapan produk; kesiapan SDM; kesiapan bahan baku.

#### **PANDUAN WAWANCARA**

**Pengembangan Strategi *Public Relations* Menggunakan Pendekatan Marketing Mix dan SOSTAC, Studi Kasus Pariwisata Belitung**

Oleh: Herdi Andrariladchi  
 Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan *Public Relations*, Universitas Esa Unggul  
 Jakarta

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PENGAMBIL KEBIJAKAN**

<b>Karakteristik Pengambil Kebijakan</b>		
1. Nama	:	Retno Indrastuty
2. Jenis Kelamin	:	(1) <del>Laki-laki</del> ; (2) Perempuan
3. Umur	:	39
4. Alamat	:	Belitung
5. Tingkatan dalam struktur organisasi	:	Kasi Pengembangan Pasar dan Informasi Pariwisata
6. Tingkat pendidikan	:	(1) <del>Tidak Sekolah</del> (2) <del>SD</del> (3) <del>SMP</del> (4) <del>SMA/SMU/SMK</del> (5) <del>Strata 1 Administasi Negara</del> (6) <del>Strata 2</del>

<b>Karakteristik Sosio-Ekonomi</b>		
7. Jenis Pekerjaan	:	a. <del>TNO/Polisi</del> b. Pegawai Negeri Sipil c. <del>Karyawan Swasta</del> d. <del>Pedagang</del> e. <del>Petani</del> f. <del>Pension</del> g. <del>Pelajar/Mahasiswa</del> h. <del>Pengusaha</del> i. <del>Lain-lain.....</del>
<b>Profil Sosio-Psikografis</b>		
8. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, bagaimana prospek pengembangan pariwisata di Belitung? Sangat berkembang dan meningkat secara signifikan meningkat, karena memang konsep kita ke pariwisata sekarang, karena kita sudah berhenti di timah, pariwisata juga masuk kedalam ketiga sektor unggulan antara lain; perhubungan, perikanan dan kelautan, dan pariwisata.		
9. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, jenis wisata apa yang sangat diminati dan paling banyak pengunjungnya? Alam dan wisata pantai menjadi destinasi terfavorit di Belitung. Karena kita menjual destinasi alam, karena destinasi buatan di Belitung bingung untuk dibuat, karena alam yang ada di Belitung sudah bagus jadi destinasi buatan masih belum di fokuskan.		
10. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana peran pemerintah (kepala daerah) dan stakeholder terlibat lainnya dalam dunia pariwisata di Belitung?		

<p>Sangat berperan, kita di Belitung kerjanya kroyokan dan ramai ramai, kita punya POKJA Pariwisata dilaksanakan 3 bulan sekali pertemuan untuk membahas langkah-langkah kita untuk mencapai target, jadi kegiatan yang akan dilakukan serta evaluasi juga dilakukan untuk mengetahui kinerja yang dilakukan Belitung, selain itu POKJA ini merupakan SKPD yang membantu pengembangan pariwisata baik secara vertical maupun instansi di lingkungan PEMKAB Belitung, mulai imigrasi, bandara dan lain sebagainya, karena kerjanya ramean, karena jika dinas pariwisata saja tidak akan bisa, bikin jalan PU misalnya, contohnya KEK Tanjung Kelayang, Dinas Pariwisata nyiapin SDM, Shuttle Bus disiapkan dari Dinas Perhubungan, jalan juga di siapkan oleh PU, namun bus nya masih belum diketahui banyak orang, Dinas Kesehatan membuat puskesmas internasional di sekitar destinasi.</p>
<p>11. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, sebagai pengambil kebijakan apakah pariwisata memberikan sumbangsih besar terhadap PAD daerah? Pajak hotel dan restaurant masuknya ke Perpajakan, yg kita kelola hanya yang redistribusi, misalnya tiket masuk destinasi yang dikelola oleh Dinas Pariwisata, karena yang dikelola oleh swasta dipegang oleh Pajak. PAD kita dari pariwisata kira-kira ada lebih dari 2 millar. Tidak ada acuan, karena tidak seluruhnya, sampling yang menjadi acuan, karena biasanya sampling tidak mewakili, biasanya sensus yang mengatur semuanya dan terkadang terjadi kekeliruan data. Terkadang subjektif yang dilakukan oleh data-data oleh BPS, hanya dapat dijadikan sebagai gambaran, tidak bisa dijadikan sebagai acuan.</p>
<p>12. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, bagaimana tingkat kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Belitung? Untuk tahun 2017, 380.000 wisatawan mancanegara, dari tahun ke tahun selalu meningkat baik itu mancanegara ataupun nusantara.</p>
<p>13. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, bagaimana tingkat kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Belitung? Meningkat dari tahun ke tahun.</p>
<p>14. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan sebaiknya berapa kali dalam setahun pemerintah daerah kabupaten Belitung melakukan promosi wisata untuk menarik minat wisatawan? Agenda wisata 2018 kita sudah buat dan susun, Dinas Pariwisata yang menyelenggarakan, karena banyak Dinas yang membantu promosi Belitung ini, bahkan setiap kecamatan juga mengadakan acara, pemerintah juga saling berkoordinasi dengan kecamatan untuk mengadakan perhelatan. Promosi expo di Jakarta juga kita selalu melakukan promosi, biasanya kita menyelenggarakan 4 kali dalam satu tahun, namun karena keterbatasan anggaran dipangkas menjadi 2 kali dalam satu tahun, dari dinas lain juga membantu untuk melakukan promosi. Untuk keluar negeri kita sudah melakukan 2x di Singapore yang difasilitasi oleh KEMENPAR. Karena di dinas pariwisata Belitung belum ada regulasi yang mengatur untuk adanya promosi ke luar negeri, dana sudah ada, namun regulasi belum ada. Di dinas pariwisata hanya ada pemasaran, pemasaran yang dilakukan juga menggunakan WAUU Belitung seperti Table Top yang diadakan 2 kali 1 tahun, dari tahun 2015 sudah 6 kali sampai hari ini. Kampanye GEMPI juga sudah terbentuk di Belitung dan bukan dari Dinas saja, kadang dari masyarakat dll. ASITA, HPI, ASPI juga turut mengambil alih.</p>

<p>15. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan efek peningkatan kunjungan wisatawan yang datang setelah diadakannya promosi wisata Belitung? sangat berpengaruh signifikan, Charter Flight kita lakukan Belitung-Singapore sebanyak 10 kali untuk mendeklarasikan penerbangan Internasional. Respon mereka juga sangat luar biasa, setelah menggunakan sales mission banyak tourist dari Singapore dan Malaysia yang datang. Kita sedang mengejar regular flight. Korea paling tinggi yang datang ke Belitung, yang kedua adalah China.</p>
<p>16. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, sebagai pengambil kebijakan bagaimana kondisi infrastruktur yang ada di setiap lokasi wisata di Belitung? Kondisi infrastruktur jalan sudah sangat bagus, dapat dibuktikan dengan jalan menuju destinasi yang sudah sangat bagus.</p>
<p>17. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan bagaimana kondisi sarana prasarana yang ada dalam menunjang pariwisata di Belitung? Sangat ditunjang dengan adanya jalan yang mulus menuju setiap destinasi di Belitung.</p>
<p>18. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan tentang kecukupan regulasi yang ada di Belitung tentang pengembangan pariwisata? Sangat diperlukan regulasi yang membantu mengatur adanya kegiatan pelaksanaan pariwisata di Belitung. Apalagi setelah kejadian adanya tour yang tidak menggunakan tourguide lokal Belitung, ini menunjukkan bahwa regulasi yang ada yang mengatur terkait kebijakan in dan out bound tour yang dilakukan belum diaplikasikan dengan baik. Untuk melindungi tour guide lokal.</p>
<p>19. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apakah perlu penambahan regulasi untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Perlu perlindungan guild lokal (urgent) karena adanya kasus in dan out bound tour yang dilakukan yang tidak sempurna; regulasi terkait standar harga paket pariwisata, karena banyak travel agent yang ikut-ikutan bikin paket dan travel yang tidak masuk akal, pernah terjadi penelantaran penumpang kita seleasikan berkerjasama dengan ASITA, agar penumpang bisa pulang.</p>
<p>20. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan lokasi wisata mana di Belitung yang sangat diminati oleh wisatawan dalam dan luar negeri? Pantai dan Alam ; Tanjung tinggi; Tanjung Kelayang; Pulau Lengkuas; Pulau Pasir; Desa Wisata, itu merupakan daerah yang sangat diminati dan memiliki nomor yang tinggi dari kunjungan dan minat wisatawan yang datang ke Belitung.</p>
<p>21. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, apa yang perlu menjadi perhatian untuk pengembangan pariwisata? Penerbangan regular luar negeri direct, karena ini dapat meningkatkan pariwisata di Belitung. Wisatawan yang mendapatkan direct flight seperti Bali Australia akan memudahkan wisatawan mancanegara untuk langsung dapat menikmati Belitung. Ini dilakukan untuk memudahkan wisatawan agar tidak melakukan penerbangan 2x dari Jakarta ke Belitung.</p>
<p>22. Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan bagaimana peningkatan kunjungan wisatawan dalam dan luar negeri ke Belitung? Sangat meningkat, dibuktikan dengan data wisatawan dari tahun ke tahun yang meningkat, selain itu wisatawan</p>



yang datang beberapa kali juga tidak pernah bosan dengan destinasi yang ada di Belitung, karena wisatawan disuguhkan dengan destinasi dan masyarakat lokal yang ramah dan siap untuk menyambut wisatawan dari luar.

23. Dari seluruh program pengembangan pariwisata di Belitung yang telah dijalankan oleh Dinas, seberapa persen capaian yang diperoleh? 100% tercapai dari perorangan dan serapan anggaran pemasaran juga menggunakan 90-95% dan dilakukan semaksimal mungkin untuk dapat mengembangkan pemasaran di Belitung.
24. Apa yang menjadi acuan Dinas Pariwisata Belitung dalam pengembangan potensi pariwisata di Belitung? RIPPARKAB (Rencana Induk Perencanaan Pariwisata Kabupaten Belitung) (Acuan dalam pengembangan pariwisata 2015-2025) dibidang perencanaan; Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kawasan Belitung; PERDA JDIH kabupaten Belitung PERDA no 13/2015 itu merupakan acuan yang ada di Belitung untuk bagian promosi pariwisata khususnya di Belitung.
25. Sejauh mana pelibatan masyarakat setempat dalam pengembangan pariwisata di Belitung? Sangat melibatkan dan masyarakat yang terlibat juga sangat aktif dalam mengembangkan pariwisata di Belitung, dibuktikan dengan desa desa wisata yang muncul untuk membantu pengembangan pariwisata di Belitung, kesadaran setiap masyarakat juga sangat tinggi terkait pengembangan pariwisata yang ada di Belitung, selain itu masyarakat juga membantu pariwisata yang ada di Belitung dengan mempromosikan nya di media sosial mereka, ini dilakukan untuk membantu pengembangan pariwisata yang ada di Belitung.
26. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apakah perlu mengadakan night market (pasar malam) yang di dalamnya menjual makanan khas Belitung dan budaya Belitung? Perlu, karena wisatawan mengeluh masalah wisata malam, pasar malam ini ada namun insidental, padahal wisatawan hanya berwisata pada pagi hingga sore hari, sedangkan pada malam hari wisatawan biasanya hanya menghabiskan waktunya di hotel, dan ini bisa dimaksimalkan dengan menggunakan pasar malam untuk meningkatkan tingkat pengeluaran wisatawan serta meningkatkan ekonomi pariwisata khususnya untuk masyarakat sekitar. Karena free time mereka hanya digunakan untuk berdiam diri.
27. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah perlu Belitung memiliki regulasi terkait wisatawan yang datang harus berpakaian yang sopan atau sesuai dengan kearifan lokal yang berlaku? Banyak penolakan dan komentar sinis terkait ini, karena pernah ada kejadian seperti ini. Regulasi terkait lokasi tempat yang boleh dan tidak boleh untuk menggunakan pakaian seperti ini, karena harus memang di atur. Tapi kita belum sampai situ, pariwisata yang ada di Belitung sangat lari, sedangkan SDM masih kurang, pariwisata tumbuh sangat cepat sedangkan SDM susah untuk mengejarnya. Di kantor pariwisata yang hanya 40 orang, mungkin tidak tahu bahwa ribuan orang setiap bulan yang datang ke Tanjung Kelayang. Karena tidak diekspektasikan akan seperti ini.
28. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah memungkinkan pengembangan pariwisata hiburan (club malam, live music dan lain sebagainya)? Tidak diakomodir, mungkin bisa tapi dipayungi dengan

regulasi, beberapa tahun lalu di acara sail Belitung banyak kejadian seperti ini dan masih banyak masyarakat yang kaget dengan adanya kegiatan dan kejadian seperti ini, mereka bahkan kaget dengan budaya yang ditunjukkan oleh wisatawan.

29. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah pengembangan pariwisata di Belitung telah memperhatikan “sustainable tourism/pariwisata berkelanjutan”? Sudah ada dan sudah dimasukkan ke bagian destinasi. Kita sedang menuju kesana.
30. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, siapa yang menjadi sasaran (Segmentasi pasar) pariwisata Belitung, menurut skala prioritas yang ada? Menengah keatas; Wisata mancanegara dan backpacker. Backpacker tourism belum ada namun mungkin akan ada, harga yang ada di Belitung juga mendorong segmentasi menengah ke atas untuk menjadi primadona wisatawan yang datang ke Belitung.
31. Bagaimana peran serta pemerintah dan instansi terkait dalam upaya menjaga dan mengembangkan budaya yang menjadi ciri khas Belitung? Pembinaan masyarakat lokal pada Batik Belitung. Hal ini sangat dibutuhkan oleh Belitung untuk dapat menjual Belitung kepada wisatawan dan memperkenalkan Belitung kepada wisatawan.
32. Apakah ada pengkhususan lokasi pariwisata menurut aktivitas atau jenis wisata yang ditawarkan? Belum ada, perencanaan sudah ada zonasi sudah ada namun belum diimplementasikan, ini dikarenakan regulasi dan implementasi serta evaluasi yang belum pasti sehingga implementasi masih belum bisa diaplikasikan dengan baik.
33. Apa upaya pemerintah daerah/instansi terkait dalam pengembangan sumber daya manusia di bidang Pariwisata di Belitung? Sertifikasi pelayanan hotel dan pelatihan guide dari DISNAKER sudah banyak dilakukan di Belitung, ini untuk mendukung pengembangan pariwisata di Belitung.
34. Bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah/instansi terkait dalam pengembangan pariwisata Belitung? Pelaporan kunjungan pertahun/dilaporkan bulanan; penyeteroran distribusi juga dilakukan untuk mengetahui tingkat kunjungan dan arus pariwisata di Belitung. Namun hal ini memang masih menjadi kendala yang ada di Belitung, karena tidak adanya komunikasi yang dilakukan secara terstruktur serta tidak adanya public relations menjadi kendala adanya kekurangan evaluasi yang dilakukan.
35. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, perlukah tersedianya alat pertolongan pertama /klinik/ tim tanggap darurat di setiap lokasi pariwisata di Belitung? Sangat perlu dan memang sudah ada di Tanjung Kelayang bahkan sudah bertaraf Internasional, namun memang di beberapa destinasi masih belum ada.
36. Bagaimana dengan rencana 5 tahun kedepan yang diprogramkan oleh pemerintah/dinas terkait untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Promosi potensi pariwisata ke luar negeri; tetapi belum ada regulasi yang mengatur PNS daerah dapat melakukan promosi ke luar negeri. Ini perlu dilakukan untuk meningkatkan kancah promosi dan memperkenalkan Belitung hingga mancanegara. Selain itu direct flight juga harus dipersiapkan untuk memudahkan wisatawan mancanegara untuk mengunjungi Belitung.
37. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apa yang

menjadi kendala utama dalam pengembangan pariwisata di Belitung? Dana, SDM, Sarana Prasarana (Toilet dan angkutan umum) perlu ditingkatkan lagi untuk mendukung pengembangan pariwisata yang ada di Belitung. Toilet masih banyak kurang, angkutan umum juga masih sangat kurang, untuk orang lokal tidak butuh namun wisatawan sangat dibutuhkan.

**Pendapat dan Saran**

Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apa yang perlu dibenahi lagi untuk pengembangan pariwisata di Belitung? SDM kepariwisataan, Regulasi, Anggaran dan Skill menjadi kebijakan untuk pengembangan pariwisata di Belitung

Sebagai pengambil kebijakan, upaya-upaya apa atau langkah apa yang perlu dilakukan lagi oleh Dinas Pariwisata Belitung untuk pengembangan pariwisata di Belitung?

Branding; inflight magazine; Anggaran 2.5M untuk 2018, triwulan 1 kurang lebih 20%

**PANDUAN WAWANCARA**

**Pengembangan Strategi *Public Relations* Menggunakan Pendekatan Marketing Mix dan SOSTAC, Studi Kasus Pariwisata Belitung**

Oleh: Herdi Andrariladchi

Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan *Public Relations*, Universitas Esa Unggul  
Jakarta

---

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PENGAMBIL KEBIJAKAN**

<b>Karakteristik Pengambil Kebijakan</b>		
1. Nama	:	SUSANTO
2. Jenis Kelamin	:	(1) Laki-laki; (2) Perempuan
3. Umur	:	46 <sup>th</sup>
4. Alamat	:	Tj Pandan Belitung
5. Tingkatan dalam struktur organisasi	:	KABID Pengembangan Destinasi Pariwisata
6. Tingkat pendidikan	:	(1) Tidak Sekolah (2) SD (3) SMP (4) SMA/SMU/SMK (5) Strata 1 - SE (6) Strata 2

<b>Karakteristik Sosio-Ekonomi</b>		
7. Jenis Pekerjaan	:	a. TNI/Polisi b. Pegawai Negeri Sipil c. Karyawan Swasta d. Pedagang e. Petani f. Pensiun g. Pelajar/Mahasiswa h. Pengusaha i. Lain lain.....
<b>Profil Sosio-Psikografis</b>		
8.	Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, bagaimana prospek pengembangan pariwisata di Belitung? Sangat berkembang dengan baik, dibuktikan dengan perkembangan infrastruktur menuju destinasi dan pengembangan masyarakat sekitar, selain itu, wisatawan yang meningkat di setiap tahun baik dari wisatawan nusantara hingga wisatawan mancanegara menjadi tolok ukur bahwa prospek pengembangan pariwisata di Belitung sangat meningkat di setiap tahunnya. Dengan adanya event juga menjadikan Belitung menunjukkan perkembangannya dengan baik.	
9.	Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, jenis wisata apa yang sangat diminati dan paling banyak pengunjungnya? Alam Bahari menjadi destinasi utama yang diminati wisatawan, melihat Belitung dengan batu-batuan yang indah di pantai nya menjadi salah satu daya tarik yang berbeda dengan destinasi lainnya. Batu yang besar, tinggi dan memiliki bentuk yang unik menjadikan salah satu daya tarik wisatawan untuk mengunjungi Belitung, selain itu ada desa wisata yang dipersiapkan untuk wisatawan dapat merasakan menjadi bagian dari Belitung, disuguhkan untuk melengkapi destinasi wisata yang ada di Belitung menjadi bagian terpenting yang sedang dikembangkan.	
10.	Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana peran pemerintah (kepala daerah) dan stakeholder terlibat lainnya dalam dunia pariwisata di Belitung? Sangat berperan dalam pengembangan pariwisata di Belitung, melihat	

<p>prospek yang ada di Belitung dapat terlihat bahwa seluruh stakeholder dan pemangku kepentingan sangat terlibat dalam pengembangan pariwisata di Belitung, khususnya peran dinas pariwisata kepada seluruh pemangku kepentingan.</p>
<p>11. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, sebagai pengambil kebijakan apakah pariwisata memberikan sumbangsih besar terhadap PAD daerah? 10% kalo bicara PAD memang sangat kecil karena pajak hanya di hitung hotel dan restaurant, namun jika berbicara tentang dampak, dampak yang diterima sangat luas dan dapat dirasakan hampir diseluruh kalangan, mulai dari porter, penyewaan mobil, penyewaan motor, banyak sekali yang merasakan dampak dari pariwisata ini, namun karena pajak hanya menghitung hotel dan restaurant saja, pun kalau hotel dan restaurant melaporkya secara benar, jadi PAD nya memang kecil.</p>
<p>12. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, bagaimana tingkat kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Belitung? Nusantara lebih tinggi dari Mancanegara. Wisatawan Nusantara yang datang ke belitung Sangat tinggi di tiap tahunnya bahkan hingga mencapai 282.885 orang pada 2016.</p>
<p>13. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, bagaimana tingkat kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Belitung? Sangat signifikan, mencapai kurang lebih 7.000 orang pada 2016 lebih rendah dari wisatawan nusantara, namun masih berkembang dari tahun ke tahunnya, ini dapat terlihat dari peningkatan wisatawan dari tahun ke tahunnya. Sumber daya manusia yang bergerak untuk dapat mengatur wisatawan mancanegara masih sangat kurang, menjadi penyebab</p>
<p>14. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan sebaiknya berapa kali dalam setahun pemerintah daerah kabupaten Belitung melakukan promosi wisata untuk menarik minat wisatawan? Inginya tiap bulan malah tiap minggu kalua bisa, biar orang bisa tau Belitung itu bagaimana, namun kembali lagi pada anggaran, kalua ditanya ingin sebenarnya inginnya sangat sering. Saat ini dilakukan hingga 12 kali dalam setahun.</p>
<p>15. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan efek peningkatan kunjungan wisatawan yang datang setelah diadakannya promosi wisata Belitung? Sangat berpengaruh, dan dapat dibuktikan dengan peningkatan kunjungan wisatawan tiap tahunnya ke Belitung.</p>
<p>16. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari, sebagai pengambil kebijakan bagaimana kondisi infrastruktur yang ada disetiap lokasi wisata di Belitung? Sudah sangat baik, dapat terlihat dari jalan yang mulus menuju seluruh destinasi, dan akses yang lengkap, meski terdapat beberapa kekurangan dalam fasilitas namun kami masih mencoba untuk mengembangkannya.</p>
<p>17. Bagaimana menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan tentang kecukupan regulasi yang ada di Belitung tentang pengembangan pariwisata? Hingga saat ini saya rasa sudah sangat cukup lebar policy dan regulasi yang ada di Belitung ini, namun kita tidak tahu untuk kedepannya, mungkin ada penambahan ataupun perbaikan regulasi dikemudian hari sehingga regulasi dan policy bertambah. Namun hingga saat ini saya kira sudah sangat cukup dan ini kembali pada pemerintah pusat.</p>

<p>18. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah perlu masyarakat diberikan penyuluhan terkait pengembangan pariwisata di Belitung? Sudah sangat sering, contohnya sapta pesona, respon daripada masyarakat pun sangat antusias dengan adanya pemberian penyuluhan dan pelatihan, pemberian informasi serta penyebaran pesan kepada masyarakat.</p>
<p>19. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apakah perlu penambahan regulasi untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Perlu tergantung kondisi dan keijakan dari pusat, contohnya seperti kemarin kami mengeluarkan SIUP (surat izin usaha pariwisata) ternyata dari kementerian diganti dengan tanda daftar usaha pariwisata, SIUP diganti dengan tanda daftar usaha pariwisata. Kalau dulu kami bisa mengeluarkan sendiri sekarang harus pusat yang mengeluarkannya.</p>
<p>20. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan lokasi wisata mana di Belitung yang sangat diminati oleh wisatawan dalam dan luar negeri? Dari sekian banyak wisata bahari yang menjadi primadona wisatawan yang datang ke Belitung antara lain, Tanjung Kelayang; Tanjung Tinggi; Pulau Lengkuas; Pulau Burung; Pulau pasir, Pulau Kelayang dll. Adapun wisata religi di sijek, wisata bukit alam dll.</p>
<p>21. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan, apa yang perlu menjadi perhatian untuk pengembangan pariwisata? Promosi harus banyak keluar; pembukaan penerbangan internasional secara langsung Belitung-SQ contohnya, selain itu juga Belitung Malaysia, ini perlu ditingkatkan lebih banyak dan lebih sering lagi untuk mampu meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan ke Belitung.</p>
<p>22. Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan bagaimana peningkatan kunjungan wisatawan dalam dan luar negeri ke Belitung? Sangat meningkat, pendapatan dan dampak yang diterima juga sangat luas, dibuktikan dengan banyak nya pembukaan hotel baru dan juga tour operator yang mulai melirik Belitung untuk menjadi destinasi pariwisata. Inginnya sudah ada penerbangan internasional, namun untuk mendaftarkan penerbangan internasional ini perlu banyak effort yang harus dilakukan, karena tidak semudah yang kita bayangkan. Untuk di Jakarta saja untuk mengambil slot penerbangan sangat sulit.</p>
<p>23. Dari seluruh program pengembangan pariwisata di Belitung yang telah dijalankan oleh Dinas, seberapa persen capaian yang diperoleh? Upaya pengembangan pariwisata dilakukan dengan sangat serius, beberapa hutan lindung yang digunakan menjadi HKM/hutan kemasyarakatan dibuka untuk dapat menunjang perkembangan pariwisata yang ada di Belitung tergantung potensi wisata yang ada pada destinasi, contohnya bukit paramount yang mengembangkan wisata alam, selain itu juga ada Ecotourism yang menjaga environment yang ada di Belitung; pengembangan pariwisata sebaiknya bottom-up bukan top-down, ini dilakukan dengan memaksimalkan keinginan desa tersebut, ini dilakukan untuk mengetahui seberapa ingin desa tersebut untuk berkembang, dan bukan dari paksaan pemerintah, sehingga ketika mereka merasa memiliki tempat tersebut, penjagaan dan juga pengembangan serta pelestarian akan dilakukan lebih serius dan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar.</p>

24. Apa yang menjadi acuan Dinas Pariwisata Belitung dalam pengembangan potensi pariwisata di Belitung? Rencana Induk Pariwisata Kabupaten RIPPARKAB, kalua di Provinsi RIPPARPROV, kalao di nasional RIPPARNAS yang berisi; kebijakan; pemasaran; kelembagaan; pengembangan SDM; pengembangan destinasi, itu merupakan acuan yang menjadi bagian dari pengembangan potensi pariwisata di Belitung.
25. Sejauh mana pelibatan masyarakat setempat dalam pengembangan pariwisata di Belitung? Sangat terlibat, contohnya pelibatan penjagaan destinasi yang dilakukan oleh masyarakat di sekitar sapta pesona.
26. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apakah perlu mengadakan night market (pasar malam) yang di dalamnya menjual makanan khas Belitung dan budaya Belitung? Paling ada kuliner di batu satam (magrib – 22.00) makanan yang ada di sana juga bervariasi, namun jika untuk pasar malam yang khusus untuk kebudayaan Belitung belum ada sebenarnya dan sedang difikirkan. Kemarin hampir sempat mau bikin di depan UMKM, namun masih belum terealisasikan hingga hari ini, namun hingga saat ini kami sangat berupaya untuk dapat mewujudkan hal ini.
27. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah perlu Belitung memiliki regulasi terkait wisatawan yang datang harus berpakaian yang sopan atau sesuai dengan kearifan lokal yang berlaku? Harus dipisahkan antara pariwisata area dan publik area, misalnya tanjung kelayang dibagi ada yang private dan publik area. Ini dilakukan untuk tetap menjaga budaya yang ada di Belitung, situasi dan kondisi juga dilihat untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, misalnya ada di selatan yang mereka ingin berjemur dan menghabiskan waktunya dengan berpakaian mini dengan tidak mengganggu masyarakat sekitar.
28. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah memungkinkan pengembangan pariwisata hiburan (club malam, live music dan lain sebagainya)? Hingga saat ini kita tidak terganggu dengan adanya nightlife, dan beberapa kali juga memang terlihat bahwa wisatawan menghabiskan waktunya dengan minuman beralkohol, bahkan hampir setiap tahun ketika ada kegiatan kapal yach yang turun dan berlabuh, biasanya mereka menghabiskan waktunya dengan berjemur, minum dan lain sebagainya. Kegiatan ini juga kami sambut, untuk dapat mendatangkan investor demi keberlangsungan dan pengembangan pariwisata yang ada di Belitung, ini juga dijadikan sebagai promosi yang murah meriah. Mungkin kedepannya aka nada live music dan juga bar di Belitung namun dengan catatan hanya di tempat khusus.
29. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apakah pengembangan pariwisata di Belitung telah memperhatikan “sustainable tourism/pariwisata berkelanjutan”? Sudah, sebagai percontohan Nasional sebagai STD (Sustainable Tourism Development) dan hampir se semua tempat; Tanjung pendam, TROPICAL (hotel) serta Desa Wisata Terong, semua ini pada tahap pengenalan pada ISTA (Indonesia Sustainable Tourism Award).
30. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, siapa yang menjadi sasaran (Segmentasi pasar) pariwisata Belitung, menurut skala prioritas yang ada? Inginnya segmen kelas atas yang mendatangkan 100

orang namun menghasilkan 1.000 dollar daripada 1000 orang yang datang namun hanya menghasilkan 100 dollar, menghindari mass tourism yang akan terjadi di Belitung, sampah dan lain sebagainya juga akan meningkat jika mass tourism terjadi di Belitung. Belum ada pemetaan segmentasi pasar, hanya dilihat dari indikasi pada hari libur hotel berbintang full yang mejadi indikasi bahwa yang datang ke Belitung mayoritas memiliki budjet yang cukup yaitu pada *medium class upper*.

31. Bagaimana peran serta pemerintah dan instansi terkait dalam upaya menjaga dan mengembangkan budaya yang menjadi ciri khas Belitung? Brand, Laskar Pelangi; WAUU, Wonderful, Artistic, Unique, Unforgettable; Tempat, Lobak; Mongjong, upaya keselamatan.
32. Apakah ada pengkhususan lokasi pariwisata menurut aktivitas atau jenis wisata yang ditawarkan? Sebenarnya Belitung itu memiliki paket yang lengkap, hampir seluruh budaya yang ada di Indonesia ada di Belitung, mulai dari Bali hingga Sunda ada di Belitung, ini terbukti bahwa Belitung merupakan multi ras, beberapa budaya Belitung asli seperti beripat beregong, muangjong juga hadir sebagai ciri khas dari Belitung sendiri.
33. Bagaimana upaya pemerintah daerah/instansi terkait dalam pengembangan sumber daya manusia di bidang Pariwisata di Belitung? SMKN3 Pariwisata dan Balai Latihan Kerja Pariwisata, kita juga punya DISNAKER, namun kita belum memiliki beasiswa dan award untuk siswa yang ingin memfokuskan dirinya di dunia pariwisata.
34. Bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah/instansi terkait dalam pengembangan pariwisata Belitung? pengawasan pengembangan destinasi masalah SOP dilakukan secara intens dengan kerjasama dengan beberapa instansi, seperti kapal kami berusaha bersinergi dengan dinas kelautan untuk mengetahui dan memastikan keselamatan wisatawan, mulai dari pengecekan kapal hingga lifevest. Pengawasan dilakukan secara insidental untuk mengetahui perkembangan destinasi.
35. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, perlukah tersedianya alat pertolongan pertama /klinik/ tim tanggap darurat di setiap lokasi pariwisata di Belitung? Sangat perlu, di Tanjung Kelayang sudah ada puskesmas 24 jam dan sudah berstandar ISO, Dokter yang ada juga sudah bisa berbahasa inggris, sedangkan untuk destinasi yang lain masih bertahap dilakukan.
36. Bagaimana dengan rencana 5 tahun kedepan yang diprogramkan oleh pemerintah/dinas terkait untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Mengembangkan Deep Center untuk latihan selam, sertifikasi SDM juga sedang dilakukan untuk menghasilkan destinasi dan SDM yang memuaskan wisatawan, penataan juga harus dilakukan secara maksimal, revitalisasi juga dilakukan.
37. Menurut Bapak Ibu/Saudara Saudari sebagai pengambil kebijakan, apa yang menjadi kendala utama dalam pengembangan pariwisata di Belitung? SDM menjadi kendala yang inti dalam pengembangan pariwisata di Belitung, Sarana Prasarana juga menjadi kendala lainnya.

#### **Pendapat dan Saran**

Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sebagai pengambil kebijakan apa yang perlu dibenahi lagi untuk pengembangan pariwisata di Belitung? SDM; Sarana



prasarana; destinasi yang harus dikembangkan dikemudian hari dan mengharapkan 1 desa 1 destinasi sesuai dengan program pak Bupati, kegiatan ini sudah berjalan dan setiap desa bergerak untuk memaksimalkan potensi yang ada.

Sebagai pengambil kebijakan, upaya-upaya apa atau langkah apa yang perlu dilakukan lagi oleh Dinas Pariwisata Belitung untuk pengembangan pariwisata di Belitung? Sekiranya destinasi sudah baik namun memang perlu ditambahkan sarana pra-sarananya.

## LAMPIRAN 2. Panduan wawancara dengan wisatawan

### **PANDUAN WAWANCARA** **Pengembangan Strategi *Public Relations* Menggunakan Pendekatan** **Marketing Mix dan SOSTAC, Studi Kasus Pariwisata Belitung**

Oleh: Herdi Andrariladchi  
Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan *Public Relations*, Universitas Esa Unggul  
Jakarta

---

#### **PEDOMAN WAWANCARA UNTUK WISATAWAN**

**Karakteristik Wisatawan**

- |   |   |  |
|---|---|--|
| 1. Nama                                     | : | Anna Ulfiana   |
| 2. Jenis Kelamin                            | : | (3) <del>Laki-laki</del> ;<br>(4) Perempuan  |
| 3. Umur                                     | : | 23th   |
| 4. Alamat                                   | : | Indramayu, Jawa barat  |
| 5. Tingkat Keseringan Berwisata ke Belitung | : | (1) <del>Sangat Sering</del> ;<br>(2) <del>Sering</del> ;<br>(3) <del>Tidak Sering</del> |
| 6. Daerah Asal                              | : | Indramayu, Jawa Barat  |

**Karakteristik Sosio-Ekonomi Wisatawan**

- |                       |   |  |
|-----------------------|---|--|
| 7. Tingkat pendidikan | : | (1) <del>Tidak Sekolah</del><br>(2) <del>SD</del><br>(3) <del>SMP</del><br>(4) <del>SMA/SMU/SMK</del><br>(5) <del>Strata 1</del><br>(6) <del>Strata 2</del>  |
| 8. Jenis Pekerjaan    | : | a. <del>TNO/Polisi</del><br>b. <del>Pegawai Negeri Sipil</del><br>c. <del>Karyawan Swasta</del><br>d. <del>Pedagang</del><br>e. <del>Petani</del><br>f. <del>Pension</del><br>g. <del>Pelajar/Mahasiswa</del><br>h. <del>Pengusaha</del><br>i. <del>Lain-lain.....</del> |

**Profil Sosio-Psikografis Wisatawan**

9. Dari manakah Bapak/Ibu, Saudara/Saudari memperoleh informasi tentang objek wisata yang terdapat di Belitung? Saya mendapatkan informasi tentang Belitung ini dari teman dan berbicara secara langsung, melalui direct communication.
10. Apakah Bapak/Ibu, Saudara/Saudari ke lokasi wisata menggunakan jasa Travel? Iya saya menggunakan Belitung Today, ini juga saya dapatkan dari rekomendasi teman saya, dan ketika saya check website dan Instagram nya memang sangat bagus.
11. Jenis wisata apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sukai? Alam dan Bahari, karena kedua itu merupakan salah satu tujuan saya datang ke Belitung, melihat pemandangan dan pantai yang indah serta batu dan pasir yang putih.
12. Jenis wisata apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sukai di Belitung? Pantai Tanjung Kelayang.
13. Seberapa sering Bapak/Ibu, Saudara/Saudari melakukan kunjungan ke lokasi-lokasi wisata di Belitung? Baru pertama kali
14. Berapa lama waktu Bapak/Ibu, Saudara/Saudari habiskan untuk berlibur di lokasi

- wisata yang dikunjungi? 3 Hari 2 Malam
15. Jenis kendaraan apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari gunakan untuk mencapai lokasi tujuan wisata yang akan dikunjungi? Mobil, ini sudah satu paket dengan wisata di Belitung.
  16. Tempat menginap seperti apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari gunakan selama tinggal berwisata di Belitung? Salah satu hotel yang ada di Belitung
  17. Apa kegiatan yang biasanya Bapak/Ibu, Saudara/Saudari lakukan selama dilokasi objek wisata? Bulan Madu
  18. Apakah Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bersedia kembali untuk melakukan kunjungan ke Belitung? Sangat bersedia, tapi ke lokasi yang baru, karena saya ingin mengetahui destinasi lain selain pantai yang ada di Belitung.
  19. Apakah yang membuat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari tertarik untuk mengunjungi Belitung? Destinasi alam baharinya, karena berbeda dengan destinasi pantai lainnya yang pernah saya datangi, dan masih sepi.
  20. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apakah pengembangan pariwisata di Belitung apakah dibutuhkan pengembangan pariwisata berkelanjutan di Belitung? Sangat butuh.
  21. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apakah petugas (orang yang berhubungan dengan pariwisata) perlu ditingkatkan sumber daya/kemampuannya dibidang pariwisata? Perlu
  22. Apakah menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari setuju untuk diadakannya *night market*/pasar malam yang berisikan budaya dan makanan khas kota Belitung di jantung kota Belitung? Sangat setuju, karena saya tidak tau makanan khas Belitung dan budaya khas Belitung.
  23. Apakah menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari fasilitas penunjang seperti sarana kesehatan dan alat tanggap darurat lainnya sudah tersedia di lokasi wisata yang dikunjungi? Tidak terlihat sampai sekarang, mungkin ada, tapi saya belum melihatnya.
  24. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apakah dibutuhkan fasilitas penunjang seperti sarana kesehatan dan alat tanggap darurat lainnya di lokasi wisata yang dikunjungi? Sangat dibutuhkan untuk menjaga keselamatan kita
  25. Apakah menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari butuh untuk diadakannya *nigh market*/pasar malam yang berisikan budaya dan makanan khas Belitung di jantung kota Belitung? Sangat butuh apalagi di jantung kota Belitung yang menjadi tempat berkumpulnya para wisatawan.

**I. Tanggapan Wisatawan terhadap aksesibilitas, sarana prasarana lokasi wisata di Belitung**

26. Menurut pendapat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari seperti apa kondisi jalan menuju lokasi wisata yang dikunjungi? Cukup baik, bisa dilihat dengan jalanan yang bersih dan landau.
27. Menurut pendapat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana kondisi sarana prasarana di lokasi wisata yang dikunjungi? Sangat baik
28. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apa yang menjadi kekurangan sarana prasarana yang terdapat di lokasi yang dikunjungi? Tempat duduk untuk wisatawan dan restaurant
29. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sarana prasarana apa yang perlu ditambahkan di lokasi wisata yang dikunjungi? Hotel, losmen, toilet, tempat duduk wisatawan.

30. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana tingkat keamanan yang ada dilokasi wisata yang dikunjungi? Belum tau tapi semoga aman.

## **II. Tanggapan Wisatawan terhadap Objek Wisata**

31. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana tingkat keramahan dari masyarakat lokal yang ada di lokasi wisata? Sangat ramah, saya bertemu dengan banyak masyarakat lokal dan saya melihat keramahan mereka.

32. Apa yang menjadi daya tarik Bapak/Ibu, Saudara/Saudari terhadap lokasi wisata yang didatangi? Pemandangan alamnya, berbeda dengan tempat dan destinasi lainnya di Indonesia.

33. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana tingkat kebersihan lokasi wisata yang dikunjungi? Bersih tapi masih banyak sampah berserakan, bisa dilihat di sekitar sini, banyak sekali sampah di dekat pasir pantai, padahal kalau ini bersih banget pasti bagus.

34. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana peran instansi terkait dalam mempromosikan pariwisata yang dikunjungi? Cukup aktif kayanya saya kurang tau

## **III. Pendapat dan Saran**

35. Bagaimana menurut pendapat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari setelah mengunjungi objek wisata yang dikunjungi? Bagus banget, sesuai dengan apa yang aku harapkan.

36. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apa kira-kira masukan untuk pengembangan objek wisata yang dikunjungi agar jadi lebih baik dimasa akan datang? Sampah mungkin harus di bersihkan dari destinasi.

37. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apa keluhan selama melakukan kunjungan ke Belitung? Belum ada keluhan, hanya sampah.

## **PANDUAN WAWANCARA**

### **Pengembangan Strategi *Public Relations* Menggunakan Pendekatan Marketing Mix dan SOSTAC, Studi Kasus Pariwisata Belitung**

Oleh: Herdi Andrariladchi

Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan *Public Relations*, Universitas Esa Unggul  
Jakarta

**PEDOMAN WAWANCARA UNTUK WISATAWAN**

**Karakteristik Wisatawan**

- 1. Nama : Devi Yulia Ningsih
- 2. Jenis Kelamin : (1) ~~Laki-laki~~;  
(2) Perempuan
- 3. Umur :
- 4. Alamat :
- 5. Tingkat Keseringan Berwisata ke Belitung : (1) Sangat Sering;  
(2) ~~Sering~~;  
(3) ~~Tidak Sering~~
- 6. Daerah Asal : Sumatera

**Karakteristik Sosio-Ekonomi Wisatawan**

- 7. Tingkat pendidikan : (1) ~~Tidak Sekolah~~  
(2) ~~SD~~  
(3) ~~SMP~~  
(4) SMA/SMU/SMK  
(5) ~~Strata 1~~  
(6) ~~Strata 2~~
- 8. Jenis Pekerjaan : a. ~~TNI/Polisi~~  
b. ~~Pegawai Negeri Sipil~~  
c. ~~Karyawan Swasta~~  
d. ~~Pedagang~~  
e. ~~Petani~~  
f. ~~Pension~~  
g. ~~Pelajar/Mahasiswa~~  
h. ~~Pengusaha~~  
i. ~~Lain-lain.....~~

**Profil Sosio-Psikografis Wisatawan**

- 9. Dari manakah Bapak/Ibu, Saudara/Saudari memperoleh informasi tentang objek wisata yang terdapat di Belitung? Teman saya.
- 10. Apakah Bapak/Ibu, Saudara/Saudari ke lokasi wisata menggunakan jasa Travel? Tidak saya sendiri, karena saya backpackeran.
- 11. Jenis wisata apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sukai? Alam Baharinya, karena ini merupakan destinasi unggulan dari Belitung.
- 12. Jenis wisata apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sukai di Belitung? Tanjung Tinggi, karena beda dengan Tanjung kelayang.
- 13. Seberapa sering Bapak/Ibu, Saudara/Saudari melakukan kunjungan ke lokasi-lokasi wisata di Belitung? Sangat sering lebih dari 3 kali dalam 1 tahun, saya sangat suka sekali sama Belitung.
- 14. Berapa lama waktu Bapak/Ibu, Saudara/Saudari habiskan untuk berlibur di lokasi wisata yang dikunjungi? 3 Hari 2 Malam,

15. Jenis kendaraan apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari gunakan untuk mencapai lokasi tujuan wisata yang akan dikunjungi? Mobil dan Motor, biasanya saya sewa.
  16. Tempat menginap seperti apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari gunakan selama tinggal berwisata di Belitung? Homestay, karena lebih murah.
  17. Apa kegiatan yang biasanya Bapak/Ibu, Saudara/Saudari lakukan selama dilokasi objek wisata? Berjalan-jalan dan menikmati pemandangan di Belitung.
  18. Apakah Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bersedia kembali untuk melakukan kunjungan ke Belitung? Ke lokasi wisata yang baru, iya.
  19. Apakah yang membuat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari tertarik untuk mengunjungi Belitung? Destinasi dan makanannya
  20. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apakah pengembangan pariwisata di Belitung apakah dibutuhkan pengembangan pariwisata berkelanjutan di Belitung? Sangat dibutuhkan
  21. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apakah petugas (orang yang berhubungan dengan pariwisata) perlu ditingkatkan sumber daya/kemampuannya dibidang pariwisata? Sangat dieprlukan untuk wisatawan.
  22. Apakah menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari setuju untuk diadakannya *night market*/pasar malam yang berisikan budaya dan makanan khas kota Belitung di jantung kota Belitung? Sangat setuju karena perlu wadah untuk masyarakat
  23. Apakah menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari fasilitas penunjang seperti sarana kesehatan dan alat tanggap darurat lainnya sudah tersedia di lokasi wisata yang dikunjungi? Sepertinya tersedia
  24. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apakah dibutuhkanfasilitas penunjang seperti sarana kesehatan dan alat tanggap darurat lainnya di lokasi wisata yang dikunjungi? Sangat dibutuhkan
  25. Apakah menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari butuh untuk diadakannya *night market*/pasar malam yang berisikan budaya dan makanan khas kota Belitung di jantung kota Belitung? Sangat dibutuhkan karena pusat wisatawan
- IV. Tanggapan Wisatawan terhadap aksesibilitas, sarana prasarana lokasi wisata di Belitung**
26. Menurut pendapat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari seperti apa kondisi jalan menuju lokasi wisata yang dikunjungi? Cukup baik
  27. Menurut pendapat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana kondisi sarana prasarana di lokasi wisata yang dikunjungi? Lumayan
  28. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apa yang menjadi kekurangan sarapa prasarana yang terdapat di lokasi yang dikunjungi? Sepeda dan angkutan umum
  29. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sarana prasarana apa yang perlu ditambahkan di lokasi wisata yang dikunjungi? -
  30. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana tingkat keamanan yang ada dilokasi wisata yang dikunjungi? Cukup aman
- V. Tanggapan Wisatawan terhadap Objek Wisata**
31. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana tingkat keramahan dari

- masyarakat lokal yang ada di lokasi wisata? Ramah
32. Apa yang menjadi daya tarik Bapak/Ibu, Saudara/Saudari terhadap lokasi wisata yang didatangi? Pemandangan alam nya
  33. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana tingkat kebersihan lokasi wisata yang dikunjungi? Cukup bersih tapi masih banyak terlihat sampah di pinggir pantai
  34. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana peran instansi terkait dalam mempromosikan pariwisata yang dikunjungi? Cukup aktif
- VI. Pendapat dan Saran**
35. Bagaimana menurut pendapat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari setelah mengunjungi objek wisata yang dikunjungi? Memuaskan karena pemandangan pantainya sangat indah
  36. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apa kira-kira masukan untuk pengembangan objek wisata yang dikunjungi agar jadi lebih baik dimasa akan datang? Sarana dan penambahan serta perbaikan fasilitas umum
  37. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apa keluhan selama melakukan kunjungan ke Belitung? Harga yang kurang terbuka, karena tidak ada di menu.

#### **PANDUAN WAWANCARA**

#### **Pengembangan Strategi *Public Relations* Menggunakan Pendekatan Marketing Mix dan SOSTAC, Studi Kasus Pariwisata Belitung**

Oleh: Herdi Andrariladchi

Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan *Public Relations*, Universitas Esa Unggul  
Jakarta

---

#### **PEDOMAN WAWANCARA UNTUK WISATAWAN**

<b>Karakteristik Wisatawan</b>
--------------------------------

- |   |      |   |
|---|------|---|
| 1. Nama                                     | :    | Silvia Fariyanti  |
| 2. Jenis Kelamin                            | :    | (1) <del>Laki-laki</del> ;<br>(2) Perempuan                                   |
| 3. Umur                                     | :    | 25  |
| 4. Alamat                                   | :    | Teuku Umar  |
| 5. Tingkat Keseringan Berwisata ke Belitung | ke : | (1) <del>Sangat Sering</del> ;<br>(2) <del>Sering</del> ;<br>(3) Tidak Sering |
| 6. Daerah Asal                              | :    |   |

**Karakteristik Sosio-Ekonomi Wisatawan**

- |                       |   |  |
|-----------------------|---|--|
| 7. Tingkat pendidikan | : | (1) <del>Tidak Sekolah</del><br>(2) <del>SD</del><br>(3) <del>SMP</del><br>(4) <del>SMA/SMU/SMK</del><br>(5) <del>Strata 1 Diploma 3</del><br>(6) <del>Strata 2</del>  |
| 8. Jenis Pekerjaan    | : | a. <del>TNO/Polisi</del><br>b. <del>Pegawai Negeri Sipil</del><br>c. <del>Karyawan Swasta</del><br>d. <del>Pedagang</del><br>e. <del>Petani</del><br>f. <del>Pension</del><br>g. <del>Pelajar/Mahasiswa</del><br>h. <del>Pengusaha</del><br>i. <del>Lain lain.....</del> |

**Profil Sosio-Psikografis Wisatawan**

- Dari manakah Bapak/Ibu, Saudara/Saudari memperoleh informasi tentang objek wisata yang terdapat di Belitung? Internet khususnya media sosial Instagram.
- Apakah Bapak/Ibu, Saudara/Saudari ke lokasi wisata menggunakan jasa Travel? Saya pergi sendiri, tidak menggunakan jasa travel.
- Jenis wisata apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sukai? Alam baharinya
- Jenis wisata apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sukai di Belitung? Pantai Tanjung Kelayang karena lengkap bisa ke pulau
- Seberapa sering Bapak/Ibu, Saudara/Saudari melakukan kunjungan ke lokasi-lokasi wisata di Belitung? Sering 2 sampai 3 kali dalam satu tahun
- Berapa lama waktu Bapak/Ibu, Saudara/Saudari habiskan untuk berlibur di lokasi wisata yang dikunjungi? 3 hari 2 malam
- Jenis kendaraan apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari gunakan untuk mencapai lokasi tujuan wisata yang akan dikunjungi? Mobil karena tidak ada angkutan umum
- Tempat menginap seperti apa yang Bapak/Ibu, Saudara/Saudari gunakan



selama tinggal berwisata di Belitung? *Homestay* di rumah penduduk, biar merasakan feel nya.

17. Apa kegiatan yang biasanya Bapak/Ibu, Saudara/Saudari lakukan selama dilokasi objek wisata? Menikmati pemandangan
18. Apakah Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bersedia kembali untuk melakukan kunjungan ke Belitung? Iya ke lokasi wisata yang baru
19. Apakah yang membuat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari tertarik untuk mengunjungi Belitung? Destinasinya karena Cuma destinasi yang menjadi daya tariknya.
20. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apakah pengembangan pariwisata di Belitung apakah dibutuhkan pengembangan pariwisata berkelanjutan di Belitung? Sangat dibutuhkan untuk menjaga destinasi di Belitung.
21. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apakah petugas (orang yang berhubungan dengan pariwisata) perlu ditingkatkan sumber daya/kemampuannya dibidang pariwisata? Sangat diperlukan untuk memuaskan wisatawan yang datang.
22. Apakah menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari setuju untuk diadakannya *night market*/pasar malam yang berisikan budaya dan makanan khas kota Belitung di jantung kota Belitung? Setuju karena malam nya sepi
23. Apakah menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari fasilitas penunjang seperti sarana kesehatan dan alat tanggap darurat lainnya sudah tersedia di lokasi wisata yang dikunjungi? Tidak tahu dan tidak terlihat ada.
24. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apakah dibutuhkan fasilitas penunjang seperti sarana kesehatan dan alat tanggap darurat lainnya di lokasi wisata yang dikunjungi? Butuh untuk keselamatan dan keamanan wisatawan.
25. Apakah menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari butuh untuk diadakannya *night market*/pasar malam yang berisikan budaya dan makanan khas kota Belitung di jantung kota Belitung? Butuh karena wisatawan berkumpul disana.

**VII. Tanggapan Wisatawan terhadap aksesibilitas, sarana prasarana lokasi wisata di Belitung**

26. Menurut pendapat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari seperti apa kondisi jalan menuju lokasi wisata yang dikunjungi? Cukup baik
27. Menurut pendapat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana kondisi sarana prasarana di lokasi wisata yang dikunjungi? Cukup baik
28. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apa yang menjadi kekurangan sarapa prasarana yang terdapat di lokasi yang dikunjungi? Toilet
29. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari sarana prasarana apa yang perlu ditambahkan di lokasi wisata yang dikunjungi? Toilet
30. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana tingkat keamanan yang ada dilokasi wisata yang dikunjungi? Aman kayanya.

**VIII. Tanggapan Wisatawan terhadap Objek Wisata**

31. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana tingkat keramahan dari masyarakat lokal yang ada di lokasi wisata? Cukup ramah tapi masih jauh dari kata cukup

32. Apa yang menjadi daya tarik Bapak/Ibu, Saudara/Saudari terhadap lokasi wisata yang didatangi? Pemandangan alamnya
33. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana tingkat kebersihan lokasi wisata yang dikunjungi? Cukup bersih tapi masih auh dari bersih
34. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari bagaimana peran instansi terkait dalam mempromosikan pariwisata yang dikunjungi? Kayanya cukup aktif.

**IX. Pendapat dan Saran**

35. Bagaimana menurut pendapat Bapak/Ibu, Saudara/Saudari setelah mengunjungi objek wisata yang dikunjungi? Sangat menyenangkan karena pemandangan pantainya yang masih asri dan air laut yang bening.
36. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apa kira-kira masukan untuk pengembangan objek wisata yang dikunjungi agar jadi lebih baik dimasa akan datang? Perlu adanya pembersihan lingkungan pantai dan penambahan toilet serta sarana prasarana lainnya, dan pemerataan harga.
37. Menurut Bapak/Ibu, Saudara/Saudari apa keluhan selama melakukan kunjungan ke Belitung? Toilet kotor, harga yang tidak merata.

**LAMPIRAN 3. Hasil wawancara tidak terstruktur**

1. Hasil wawancara dengan anggota Ikatan Supir Pariwisata Belitung (ISPB)

Pewawancara	Responden
1. Apakah menurut bapak pariwisata di Belitung mengalami peningkatan tiap tahunnya?	1. Dalam 2 tahun terakhir mengalami peningkatan sangat pesat, saya merasakan dampak dari kegiatan pariwisata ini, supir hampir setiap bulan mendapatkan pendapatan yang baik.
2. Apakah wisatawan datang sendiri atau menggunakan tour and travel?	2. Kebanyakan yang datang menggunakan tour and travel karena menggunakan bus.

3. Bagaimana hubungan ISPB dengan Dinas Pariwisata?	3. Dinas masih tertutup dalam menjalankan tugasnya, saya merasa bahwa dinas belum terbuka dalam menjalankan tugasnya.
4. Apakah transportasi publik dibutuhkan?	4. Sangat dibutuhkan, karena bisa menjadi pilihan ketika wisatawan ingin bepergian.
5. Apakah menurut bapak pasar malam dibutuhkan?	5. Sangat dibutuhkan, mengingat tidak ada aktivitas atau kegiatan wisata malam yang dapat dilakukan oleh wisatawan.
6. Apakah bapak tahu WAUU?	6. Tidak tahu pasti, tapi pernah lihat tulisannya.
7. Bagaimana hubungan Dinas Pariwisata dengan organisasi lainnya?	7. Tour Guide masih jauh dari Dinas.
8. Biasanya, wisatawan mendapatkan informasi wisata Belitung dari mana?	8. Sosial media, apalagi sekarang di zaman sosial media, hampir semua tamu saya membantu promosi menggunakan sosial media.
9. Apa kendala pengembangan pariwisata di Belitung?	9. Paket yang terbatas, kurangnya informasi, penyampaian informasi tidak tepat, toilet dan sarana prasarana yang jauh dari harapan, dan kurangnya fasilitas publik.

2. Hasil wawancara dengan pekerja hotel

Pewawancara	Responden
1. Bagaimana tempat wisata di Belitung?	1. <i>Tour island</i> masih menjadi terfavorit, namun masih terkendala keamanan <i>boat</i> yang masih rendah, belum adanya SOP pengoperasional <i>boat</i> , standarisasi <i>boat</i> , harga yang tidak terkendali.
2. Menurut anda, apakah Belitung butuh <i>night market</i> ?	2. Iya sangat dibutuhkan, karena pada saat malam hari wisatawan selalu bertanya, ada aktivitas wisata apa atau objek wisata apa yang dapat dinikmati pada malam hari.
3. Apakah transportasi umum/publik dibutuhkan?	3. Sangat dibutuhkan

4. Bagaimana dengan tingkat amenities di Belitung?	4. Masih sangat kurang
5. Bagaimana hubungan antara Dinas Pariwisata Belitung dengan pemangku kepentingan lainnya?	5. Kurang pendekatan, pemerintah harus melakukan sosialisasi, turun langsung ke lapangan, masyarakat dan memberikan pembinaan.
6. Apakah terdapat atraksi budaya yang dilakukan di hotel?	6. Jika ada acara dan dibayar personal bukan dari hotel seperti biasanya.

3. Hasil wawancara ini dilakukan dengan ketua ASATI Belitung

Pewawancara	Responden
1. Apa destinasi favorit wisatawan yang datang ke Belitung?	1. <i>Tour island</i> , namun kunjungan tertinggi hanya terjadi pada saat weekend saja atau hari libur nasional.
2. Apakah ada paket lain yang ditawarkan selain <i>tour island</i> ?	2. Ada, seperti wisata mangrove, desa wisata, Suak Gaul, pulau Celio, air terjun Rusak Beruhun dan Sujuk.
3. Bagaimana pelayanan restoran di Belitung?	3. Belum standar, masih harus banyak diberikan penyuluhan dan pelatihan.
4. Apa cinderamata khas Belitung?	4. Batik simpur motif Belitung dan batu Satam
5. Bagaimana ketersediaan hotel di Belitung, apakah sudah cukup?	5. Belitung bukan destinasi MICE, jadi belum perlu banyak hotel. Homestay banyak tapi perlu peningkatkan pemahaman tentang pelayanan dan kebersihan.
6. Bagaimana pelayanan hotel yang ada di Belitung?	6. Untuk hotel kelas menengah ke atas sudah tidak diragukan lagi, namun untuk hotel lokal perlu adanya pembenahan management, dan disertifikasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
7. Bagaimana harga makanan di restoran yang ada di Belitung?	7. Harga tentative karean tidak dicantumkan, kadang terasa mahal, sehingga perlu ada standarisasi dan pencantuman harga.
8. Bagaimana fasilitas keagamaan di Belitung untuk mendukung wisatawan yang datang?	8. Sudah tersedia dengan cukup.
9. Bagaimana ketersediaan fasilitas kesehatan di lokasi wisata?	9. Ada, terletak di Tanjung Binga, dan jauh dari Tanjung Kelayang.
10. Bagaimana dengan fasilitas umum yang ada di destinasi?	10. Fasilitas umum banyak yang belum layak, hanya di Tanjung Kelayang yang sudah mendekati cukup layak.
11. Bagaimana dengan ketersediaan transportasi publik, apakah memadai?	11. Ada, namun terbatas, bahkan belum tersosialisasikan kepada wisatawan dan masyarakat. Masyarakat juga

	banyak yang belum tahu.
12. Apakah perlu ditambahkan transportasi umum di Belitung?	12. Sangat perlu
13. Bagaimana kondisi aksesibilitas dan jalan yang ada di Belitung?	13. Sangat bagus
14. Seberapa sering Bapak/Ibu mendengar informasi tentang pariwisata Belitung?	14. Masih kurang dan perlu ditingkatkan lagi.
15. Bagaimana ketersediaan alat angkut dari dan menuju destinasi wisata?	15. Masih kurang dan belum terinformasikan dengan baik.
16. Bagaimana komunikasi yang dicipitakan pemerintah dengan organisasi pemangku kepentingan?	16. Komunikasi yang dilakukan masih kurang.
17. Bagaimana harga yang ada di tour operator yang ada di Belitung?	17. Bervariasi, namun tidak seharga, dan perlu regulasi untuk mengatur bottom up sehingga persaingannya lebih sehat.
18. Adakah permasalahan lain yang harus diselesaikan untuk pengembangan pariwisata di Belitung?	18. Kebersihan dan sanitasi harus diselesaikan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan.

4. Hasil wawancara dilakukan dengan masyarakat Belitung

Pewawancara	Responden
1. Apakah pernah ada sosialisasi terkait acara kepariwisataan yang ada di Belitung?	1. Belum pernah ada sosialisasi
2. Apakah Bapak/Ibu tahu tentang acara yang perhelatan budaya akan diadakan di Tanjung Kelayang?	2. Tidak tahu
3. Apakah Bapak/Ibu tahu tentang WAUU?	3. Tidak tahu

5. Hasil wawancara dengan pemilik restoran

Pewawancara	Responden
1. Apakah Bapak/Ibu merasakan dampak dari pariwisata?	1. Hanya sedikit, karena program pariwisata hanya mengajak wisatawan mereka berkunjung pada restoran tertentu. Wisatawan yang

	<p>menggunakan jasa tour and travel juga jarang menggunakan freetimenya untuk keluar hotel, sehingga kami tidak terlalu merasakan dampak dari pariwisata.</p>
<p>2. Apakah menurut Bapak/Ibu, organisasi PHRI berkembang dan sangat membantu?</p>	<p>2. Hingga saat ini belum ada bantuan dan juga komunikasi yang dilakukan secara langsung dengan PHRI.</p>
<p>3. Apakah regulasi terkait harga dan penyebaran wisatawan diperlukan?</p>	<p>3. Sangat diperlukan, agar semua masyarakat merasakan dampak positif dari pariwisata.</p>
<p>4. Apakah menurut Bapak/Ibu pasar malam dibutuhkan untuk membantu menyelesaikan permasalahan kekurangan objek wisata untuk malam hari?</p>	<p>4. Mungkin bisa, namun harus disebar secara merata wisatawan yang berkunjungnya.</p>