

Interview Guide

Informan dan Key Informan

Draft Pertanyaan Wawancara :

1. Siapakah yang menangani secara khusus kegiatan di Dinas Pariwisata ?
2. Apa saja media yang di gunakan Divisi Destinasi Wisata dalam mempublikasikan objek wisata ?
3. Apa strategi komunikasi yang dilakukan Divisi Destinasi Wisata Prov Banten ?
4. Apa faktor pendukung kegiatan publikasi wisata tersebut ?
5. Apa kendala yang di hadapi Divisi Destinasi Wisata dalam mempublikasikan objek wisata ?
6. Apa upaya untuk mengatasi kegiatan publikasi wista Divisi Destinasi Wisata Prov. Banten ?
7. Apakah ada masalah atau tidak selama melakukan kegiatan ?
8. Apa perencanaan strategi ini sudah matang ?
9. Divisi Destinasi Wisata menjalin hubungan dengan media mana saja ?
10. Selama ini bagaimana respon masyarakat tentang wisata Tanjung Lesung ?
11. Apakah jumlah pengunjung pernah mengalami penurunan semenjak kejadian tsunami selat sunda ?
12. Apakah jalan menuju objek wisata mudah di tempuh ?
13. Bagaimana keadaan sarana dan pra sarana yang ada di lokasi objek wisata Tanjung Lesung ?
14. Bagaimana cara Divisi Destinasi Wisata Prov Banten dalam mengembalikan minat pengunjung untuk tetap mengunjungi objek wisata tersebut ?

Transkrip Wawancara

Key Informan

Tanggal Wawancara : 12 Mei 2020

Identitas

Nama : 1. Paundra Bayyu Ajie, AP, M.Si

2. Jefri Rinaldi, SST.Par, M.Si

Jabatan : 1. Kepala Bidang Divisi Destinasi Wisata Prov. Banten

2. Kasi Divisi Destinasi Wisata Prov. Banten

1. Seperti Festival Tanjung Lesung Tahun 2019 yang sudah di siapkan pada tahun 2018. Festival Tanjung Lesung merupakan *event* tetap yang akan di laksanakan setiap tahun untuk mempromosikan potensi pariwisata dan kreatifitas masyarakat khususnya destinasi kawasan ekonomi (KEK) Tanjung Lesung. Dimana kegiatan ini memang kami yang menyelenggarakan dan melaksanakan.
2. Media surat kabar dan televisi, dimana media ini dapat menjangkau khalayak yang lebih luas. Dikarenakan kedua media tersebut merupakan media yang paling efektif digunakan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan dan butuhkan. Serta penggunaan internet yang bertujuan untuk merangkul para pengguna internet serta sosial media untuk mendukung publikasi. Peran internet ini sangatlah besar dalam mempublikasikan pariwisata objek wisata Tanjung Lesung. Penggunaan media internet untuk penyebaran informasi sangatlah efektif dan efisien, karena penyebaran informasi melalui internet sangatlah cepat dan meluas.
3. Strategi komunikasi yang di jalankan oleh Divisi Destinasi Wisata Provinsi Banten memiliki 4 (empat unsur) yang di jalankan seperti analisis & riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, kegiatan komunikasi, dimana nantinya program/kegiatan yang di laksanakan di publikasikan guna menarik perhatian publik. Dalam mempublikasikan objek wisata Tanjung lesung ini melalui kegiatan Festival Tanjung Lesung tahun 2019 memiliki unsur yang kuat karena dalam melakukan strategi komunikasi Divisi Destinasi Wisata Provinsi Banten harus melakukan perencanaan program dalam melaksanakan sebuah *event*.
4. Faktor Pendukung :
 - a. Kondisi geografis
Berjarak 3 jam perjalanan dari Jakarta, Tanjung Lesung merupakan kota kawasan ekonomi khusus yang sedang dikembangkan oleh Jababeka untuk menjadi daerah Tujuan Wisata Internasional. Di area seluas 1500 hektar yang nantinya dapat diakses melalui jalan tol, bandara, dan laut, Tanjung Lesung juga menjadi titik masuk bagi wisatawan yang akan mengunjungi Taman Nasional Ujung Kulon dan Pulau Krakatau.
 1. Adanya dukungan dari pemerintah pusat dan daerah
Kegiatan ini di dukung penuh oleh Kementrian Pariwisata, Dinas Pariwisata, serta Dinas daerah. *Event* ini menampilkan berbagai seni dan budaya yang di selenggarakan di sekitar wilayah pantai agar masyarakat bisa menyaksikan kegiatan tersebut.
 2. Partisipasi masyarakat dan manfaat bagi masyarakat

Setiap kegiatan publikasi atau promosi tentu pemerintah ingin memberikan manfaat bagi masyarakat, apakah masyarakat mendapat nilai tambah atau tidak dengan adanya *event* itu. Contohnya dengan ikut andil dalam *event* itu seperti berpartisipasi dengan berdagang kerajinan atau menjadi objek wisata dan lain-lain.

5. Hambatan yang timbul dari wisatawan dan masyarakat sekitar objek wisata adalah masih kurangnya kesadaran para wisatawan dan masyarakat lokal untuk berkunjung ke objek wisata. Serta dampak isu yang beredar dimana jumlah wisatawan yang berkunjung ke kawasan Tanjung Lesung pernah mengalami penurunan setelah terjadinya bencana tsunami Selat Sunda, karena orang takut berpergian ke objek wisata dan penyebaran isu tsunami berpengaruh pada menurunnya pengunjung wisatawan. Kegiatan Festival Tanjung Lesung Tahun 2019 yang telah dilaksanakan semuanya adalah untuk masyarakat, jadi masyarakat sendiri diharapkan tetap ikut bukan hanya jadi penonton tetapi ikut aktif, apabila ada sebuah *event* apa potensi yang ada di masyarakat di pertunjukan, misalnya jika ada pengrajin hasil karyanya bisa di pameran, atau di jual prodaknya agar promosinya lebih luas. Dimana masyarakat harus bisa mempromosikan daerahnya.
6. Upaya yang dilakukan Divisi Destinasi Wisata Provinsi Banten dalam mengatasi hambatan :
 - a. terus-menerus melakukan promosi, branding, mengadakan *event* Festival Tanjung Lesung, sambil memberikan pemahaman dan meyakinkan kepada masyarakat dan wisatawan bahwa tidak ada masalah pasca tsunami di kawasan wisata tersebut.
 - b. mempererat kerja sama dengan pemerintah dan para pelaku usaha di bidang pariwisata. Pemerintah mau membantu 100 persen, kemudian, para pelaku usaha pariwisata juga ikut berpartisipasi memulihkan wisata Tanjung Lesung
 - c. Mengadakan sosialisasi tentang pencegahan bencana. Yakni tentang mitigasi bencana dan pemerintah juga sudah menyimpan alat di laut untuk mendeteksi awal gejala-gejala yang berkaitan dengan tsunami.
 - d. Memberikan beberapa sensor yang ditempatkan di dekat gunung anak Krakatau, pantai, dan di laut. Serta jalur- jalur evakuasi yang terdekat dan aman.
7. Dalam menangani berbagai masalah yang timbul kami tidak sendirian menyelesaikannya, kami selalu menjalin komunikasi dengan berbagai *stakeholder* pariwisata di kabupaten, provinsi, maupun luar daerah, untuk di mintai saran serta masukan terhadap kendala yang di hadapi.
8. Strategi kerap di gunakan dalam menentukan sebuah tujuan, untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan operasionalnya begitu pula dengan kegiatan komunikasi yang di lakukan Divisi Destinasi Wisata dalam mempublikasikan pariwisata Tanjung Lesung yaitu dengan menyelenggarakan Festival Tanjung Lesung Tahun 2019.

9. Dalam menjalin hubungan media digital dan online news, divisi Destinasi Wisata bekerja sama dengan media tv lokal, radio lokal, seperti misalnya Radar Banten, Jawa Pos guna mempublikasikan mengenai *event* yang akan di laksanakan. Tetapi hubungan kerja sama ini ada hanya pada saat mengadakan *event* tertentu saja tidak untuk *promosi daily*. Selain itu ada juga sebuah komunitas forum yang bernama GENPI (Generasi Pesona Indonesia) yang mempublikasikan di media social dengan cara memposting foto atau video dengan menggunakan narasi agar bisa menjadi manfaat atau menarik perhatian
10. Tentu ada positif dan negatif, seperti contohnya perbandingan objek wisata Tanjung Lesung pada tahun 200 dengan tahun 2020 dari segi infrastruktur, lalu dari segi pendapatan masyarakat yang semakin meningkat itulah manfaat bagi masyarakat yang sebenarnya.
11. Efek dari tsunami baru di recovery secara bertahap dimana kerusakan hampir 90% dan penutupan objek wisata selama 4 - 6 bulan. Sementara itu efek lain dari adanya bencana tsunami mengakibatkan penurunan kunjungan wisatawan yang normalnya bisa mencapai 80% namun setelah terjadi menurun hingga 30%.
pembangunan infrastruktur itu tidak masalah yang paling sulit adalah mengembalikan kepercayaan masyarakat dan juga wisatawan, bahwa saat ini objek wisata Tanjung Lesung sudah aman untuk di kunjungi kembali
12. Akses jalan setelah kejadian bencana sejauh ini arah menuju objek wisata cukup aman dengan kondisi jalan yang bagus sehingga memungkinkan bantuan sampai dengan cepat. Lalu fasilitas seperti puskesmas, klinik sekitatar objek wisata tidak jauh sehingga memungkinkan bantuan datang dengan cepat dan adanya *medical centre* yang memang sudah ada di sekitaran objek wisata. Selain itu dengan cara promosi yang di bangkitkan lagi.
13. karena kejadian tsunami pada tahun 2018, efek dari tsunami baru di recovery secara bertahap dimana kerusakan hampir 90% dan penutupan objek wisata selama 4 - 6 bulan, renovasi yang di lakukan seperti pembangunan kembali fasilitas misalkan restoran, penginapan, tempat ibadah, dan juga recovery alamnya mulai dari menanam kembali terumbu karang yang terbawa arus.
14. Divisi Destinasi Wisata menetapkan kebijakan serta langkah-langkah dalam mengatasi hambatan –hambatan yang di temui oleh Divisi Destinasi Wisata Provinsi Banten dalam melakukan publikasi agar tidak mengganggu program publikasi wisata yang sudah di buat, bentuk kebijakan itu antara lain menjalin kerja sama dengan instansi pemerintah maupun masyarakat untuk dapat berperan aktif dalam memperkenalkan dan mempublikasikan objek wisata Tanjung Lesung dengan sejumlah pelaku usaha, redaksi media, serta perusahaan jasa perjalanan wisata.

Transkrip Wawancara

Informan

Nama : Firdaus Mulyawan

Jabatan : General Manager

1. Dalam penyelenggaraan kegiatan ini kami di bantu oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten.
2. pemilihan media massa yang sesuai dengan sasaran publik sangat penting dalam tahap persiapan dan penyebaran informasi, media massa yang di gunakan untuk mempublikasikan suatu hal dengan tujuan memperkenalkan kepada masyarakat kami biasanya menggunakan *printed media* contohnya seperti pemasangan *billboard* di jalan, leaflet, surat kabar, televisi lokal dan radio lokal. Paling tidak dapat membuat rasa penasaran masyarakat dari yang di sampaikan media tersebut.
3. melaksanakan kegiatan komunikasi setelah adanya bencana tsunami yang merusak kawasan objek wisata, yaitu dengan melaksanakan Festival Tanjung Lesung 2019, dimana kegiatan ini merupakan sinergitas dari Dinas Pariwisata dan elemen pendukung lainnya yang melibatkan pula unsur pentahelix, kegiatan ini menampilkan berbagai aktivitas menarik, diantaranya kegiatan sport, gelaran seni budaya, perlombaan foto dan video, hiburan dan lainnya.
4. Tanjung Lesung berdiri pada tahun 1997 lalu pada tahun 2015 di resmikan sebagai kawasan ekonomi khusus (KEK) dan semenjak menjadi KEK sinergi antara badan usaha swasta dan pemerintah menjadi semakin erat hubungannya. Dalam artian pemerintah mendukung segala pembangunan infrastruktur serta pengelolaan, lalu promosi serta publikasi mengenai objek wisata.
5. Hambatan dalam mempublikasikan objek wisata Tanjung Lesung yaitu kurangnya respon dari pengguna media sosial serta kesadaran wisata yang masih kurang, dan dampak isu yang terjadi di masyarakat
6. upaya yang kami lakukan untuk mengatasi hambatan kegiatan publikasi adalah dengan menjalin kerja sama dengan berbagai instansi baik lembaga negeri maupun swasta.
7. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke kawasan Tanjung Lesung ini pernah mengalami penurunan setelah kejadian bencana tsunami selat sunda pada tahun 2018. Karena orang takut berpergian ke arah pantai serta ada penyebaran isu tsunami yang berpengaruh pada menurunnya pengunjung wisata. Dimana isu ini juga mempengaruhi kegiatan Festival Tanjung Lesung 2019, yaitu berkurangnya jumlah pengunjung atau antusiasme masyarakat untuk datang.
8. Kegiatan Festival Tanjung Lesung Tahun 2019 yang di telah di laksanakan semuanya adalah untuk masyarakat, jadi masyarakat sendiri di harapkan tetap ikut bukan hanya jadi penonton tetapi ikut aktif, apabila ada sebuah *event* apa potensi yang ada di masyarakat di pertunjukan, misalnya jika ada pengrajin hasil karyanya bisa di pameran, atau di jual prodaknya agar promosinya lebih luas. Dimana masyarakat harus bisa mempromosikan daerahnya.
9. sama dengan media tv lokal, radio lokal, seperti misalnya Radar Banten, Jawa Pos guna mempublikasikan mengenai *event* yang akan di laksanakan. Tetapi hubungan kerja sama ini ada hanya pada saat mengadakan *event* tertentu saja tidak untuk *promosi daily*.

10. Respon masyarakat dengan adanya event ini, mereka sebagai masyarakat sangat mendukung karena secara tidak langsung ekonomi mereka ikut terangkat karena banyaknya pengunjung yang datang.
Kami mengharapkan lebih berkembangnya objek wisata dalam artian dari segi publikasi, promosi, branding dan dengan adanya dukungan pemerintah di harapkan objek wisata Tanjung Lesung bisa lebih meluas promosinya agar semakin banyak wisatawan yang berkunjung.
11. Tsunami yang terjadi di perairan Selat Sunda yang menyebabkan objek wisata di pinggir pantai porak poranda rusak di dekat Tanjung Lesung. Akibat kejadian ini menyebabkan kerusakan hingga 90% pada objek wisata Tanjung Lesung, penutupan objek wisata selama 4-6 bulan serta menurunnya kunjungan wisatawan hingga 30% yang di karenakan juga rasa takut atau khawatir para wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Tanjung Lesung.
12. Akses jalan setelah kejadian bencana sampai saat ini menuju objek wisata cukup aman dengan kondisi jalan yang bagus sehingga memungkinkan bantuan sampai dengan cepat, akses jalan menuju objek wisata Tanjung Lesung ini sudah meluas serta mudah di lewati melalui berbagai jalan alternatif.
13. Akibat kejadian ini, lebih dari 200 orang meninggal dunia dan wilayah pesisir pantai porak poranda yaitu salah satunya pantai Tanjung Lesung yang terkena dampak dari tsunami yang menyebabkan kerusakan pada objek wisata. Selain itu, rumah hancur, fasilitas umum rusak, Menurut Kepala Dinas Pariwisata melalui artikel Kompas.com ia menyebutkan pasca tsunami hanya 30 persen dari total kunjungan di bulan-bulan sebelumnya. Dimana berkurangnya minat wisatawan untuk berkunjung.
14. upaya yang kami lakukan untuk mengatasi hambatan kegiatan publikasi adalah dengan menjalin kerja sama dengan berbagai instansi baik lembaga negeri maupun swasta.