

# LAMPIRAN

## 1. TRANSKRIP WAWANCARA

**Adit:** pariwisata di Banyuwangi ini sudah Berkembang pesat ya pak, sudah sampai masuk kedalam 10 Branding pariwisata oleh Kemenpar. Bisa dijelaskan sedikit pak mengenai pariwisata banyuwangi?

**Pak Sandi:** Sekarang ini kan wisata kita mulai dilirik orang orang yang punya duit dalam segi apapun. Salah satunya adalah ini, mobil caravan majesty. Mobil ini konsepnya mobil wisata yang bisa disewa secara personal. nah ini juga sudah dilirik. Ini investor dari bali dan bali sudah melirik kesini. Dan kebetulan si ownernya sedang menghadap ke kadinnnya. Nah kalau bicara masalah investasi ini kan, investorkan pasti peka, wah lagek in. Nah saya bisa masuk. Nah mereka survey juga gitu ksrena duit yang dikeluarkan juga tidak sedikit. “banyuwangi membangun hotel itu kelas bintang 3 keatas. Yang boleh.yang bintang 3 kebawah nggak boleh sama pak anas. Efeknya apa? Urusan duit. Investor tu luar biasa. Kalo dikasihkan investor habis nanti. Masyarakat nggak kebagian. Nah yang urusan bintang tiga serahkan masyarakat” konsep pengembangan wisata dibanyuwangi ini adalah ecotourism, jadi pariwisata yang berbasis alam. Kita memang mensegment kan dengan potensi yang kita punya. Makanya, destinasi destinasi seperti Ijen, alas purwo ini kan semua berbasis alam. Bukan seperti yang ada di malang. Misalnya malang ini kan lebih banyak wisata wisata buatan seperti museum angkut, jatim park dan lain lain itu man made ya, dibuat oleh oraang, kalo banyuwangi enggak, alam. Apa yang disajikan oleh alam yang dianugerahi tuhan ini yang kita percantik, kita bikin nyaman, bagaimana kitya melestarikan alam ini sebagai destinasi wisata. seperti bangsring, bangsring ini kan wisata laut atau bahar. Jadi kita memanfaatkan kekayaan laut ni sebagai destinasi wisata, kita jaga kita konservasi sebagai destinasi wisata. jadi alam

**Adit:** Kabupaten Banyuwangi sempat menggunakan tag line “the sunrise of java”, dalam perubahannya, adakah dampak dari perubahan tagline tersebut?

**Pak rofik:** Kalau data yang menunjukkan bahwa perubahan brand itu berdampak kepada kenaikan kunjungan, kita belum punya data. Bahwa kunjungan dari tahun ketahun itu meningkat itu iya, tetapi apakah itu dampak dari perubahan brand kita belum tahu. Tapi yang pasti peningkatan jumlah kunjungan tiap tahun ke tahun itu meningkat

**Adit:** untuk mengenalkan branding dan segala jenis platform aplikasi yang ada di internet itu, langkah yang dilakukan seperti apa sih pak?

**Pak Sandi:** o iya. Untuk memsosialisasikan aplikasi aplikasi promosi itu kita semua, dalam web kita, dalam sosial media kita itu selalu ada muncul banyuwangi festival, banyuwangi in your hand, banyuwangi tourism, itu selalu dimunculkan. Itu sebagai bentuk memperkenalkan media media apa saja yang di internet yang bisa diakses untuk melihat pariwisata banyuwangi. Baik di leaflet, di baliho baliho yang dipasang, di majalah majalah penerbangan itu semua ada itu banyuwangi in your hand, kemudian banyuwangi festival dan segala macam itu pasti ada.

**Adit:** brand Majestic Banyuwangi sendiri memiliki penjelasan seperti apa sih pak dan apa yang ingin disampaikan dengan brand tersebut

**Pak Sandi :** sekalian menjawab tadi yang mengenai segmen sebelum ini tadi ya mas. dari januari 2018 sampai dengan desember itu ada tujuh puluh tujuh event, nah disini kalau ngomongin tentang B-fest itu segmennya kepada siapa sih? Satu yang pertama pada masyarakat baik masyarakat banyuwangi atau masyarakat indonesia. Ini merupakan sebagai alat Banyuwangi festival. Alat daripada untuk mempromosikan Banyuwangi. banyuwangi dipromosikan dari segi apa? Dari pariwisatanya, dari unsur kultur masyarakatnya, dari unsur religi. Nah religi kok masuk? Kemarin juga ada festival imlek. Imlek ini kita rayain disini yang datang adalah klenteng yang ada di jawa bali dan lombok kan terbatas. Saat kita rayain, supportnya luar biasa. Bisa dikatakan festival ini itu SUPnya dari bupati. Kita nggak mau ngadain Banyuwangi festival pada zona nyamanya udah gitu aja. Tapi harus ada inovasi. Imlek dirayakan

dimana masyarakat telah banyak yang sensitif terhadap agama kan. Tapi kita tidak. Sampai pak bupati bilang “sudah imlek kita buat, tapi harus ada bekasnya yang bagus loya”. Akhirnya muncul, akhirnya kita buat film. Film pendek tapi sudah di youtubekan. Ini sudah luar biasa judulnya pelangi tak pernah satu warna. Majestic Banyuwangi kita angkat adalah banyuwangi punya sesuatu potensi yang luar biasa. Dari kulturnya, masyarakatnya, dan tempat tempat wisatanya. ya, Banyuwangi sendiri sudah memiliki branding dengan majestic banyuwangi-nya. Memang sebelumnya, kita punya sunrise of java yang memiliki filosofi kota yang mendapat sinar mata hari di jawa, dimana banyuwangi harus cepat geraknya daripada kota-kota lain di jawa, singkatnya banyuwangi harus lebih maju lah. Namun pada saat kepemimpinan pak anas yang orangnya inovatif, beliau tidak mau berkutat di itu-itu saja. Yang diangkat apa? Ya kultur, kebudayaan masyarakatnya yang beragam, toleransinya dan pariwisatanya tentunya. Kita tidak mau kalau orang orang itu kebanyuwangi hanya menjadi tempat istirahat untuk yg mau pergi ke bali saja. Gampangnya majestic Banyuwangi itu penjelasan singkatnya banyuwangi, lah kepada seluruh masyarakat indonesia. kebudayaan masyarakatnya yang beragam, toleransinya dan pariwisatanya tentunya. Kita tidak mau kalau orang orang itu kebanyuwangi hanya menjadi tempat istirahat untuk yg mau pergi ke bali saja. Dan banyuwangi itu orangnya multi culture, mulai dari suku yang ada di Banyuwangi itu banyak, agama yang dianut disini juga hampir semuanya ada. Pemerintah ingin mengangkat banyuwangi tidak hanya dengan potensi alam yang ada saja, tetapi juga dengan seperti keramahan dan toleransi masyarakatnya dan lain-lain.

**adit:** Pada awal pemanfaatan internet oleh kabupaten banyuwangi, apa yang menjadikan pemerintah kabupaten banyuwangi memutuskan untuk menggunakan internet sebagai media promosi

**pak rofiq:** kita itu dalam mengambil kebijakan itu selalu berbasis pada data bahwa pada era 2010 kebelakang kita menyadari bahwamedia internet baik sosisial media segala macam ini akan menjadi alternatif orang untuk mencari informasi, ini tu

berdasarkan data survey. Mengenai angka survey saya tidak hafal tetapi pada 2017, media internet itu, media terbesar yang digunakan dan yang palimh efekti untuk mempromosikan hal termasuk pariwisata,. Itu yang menjadi salah satu pertimbangan kenapa sejak tanhun duaribu sepuluhn kita menggunakan internet sebagai salah satu media untuk memperomosikan pariwisata di kabupaten banyuwangi. “Dalam penggunaan media internet kita sudah menggunakan yang namanya sosial media dimana kita menggunakan sosial media yang paling banyak digunakan oleh orang indonesia yaitu twitter, instagram, dan youtube. Kita mempunyai official account di setiap social media tersebut dimana didalamnya terdapat posting posting yang menarik seperti informasi pariwisata, event dari Kabupaten Banyuwangi dan Semua lah yang menarik dari Banyuwangi mulai dari masyarakat hingga kebudayaan. Kita selalu memilih konten yang akan kita posting itu selalu menarik. Tujuannya apa? Supaya masyarakat yang mengunjungi saluran kita itu selalu tertarik dan akan selalu cari tau tentang banyuwangi. Kita selalu meemberi informasi dimana banyuwangi itu memiliki sesuatu yang tidak disemua tempat itu ada. Kita selalu mempromosikan bahwa banyuwangi itu tempat yang ideal untuk dikunjungi untuk berwisata. Contoh seperti kemarin saat festival tiong hoa, kita ramai-ramai menomton film tentang keberagaman yang ada dibanyuwangi. Karena dibanyuwangi itu terdapat suku dan agama yang beragam. Difilm tersebut, karya pemuda banyuwangi berisikan tentang tingkat keberagaman dan toleransi di banyuwangi yang sangat tinnggi. Ketik saja “pelangi tak pernah satu warna” di youtube.

**Adit:** Dalam penggunaanya. Adakah kendala oleh pemerintah kab. Banyuwangi dalam pelaksanaannya?

**Pak rofiq:** ya memang, contoh adalah hotel. Hotel kalau tidak menggunakan sarana internet dia akan menghilang. Lama lama mereka akan menyadari itu dan mereka akan beralih ke situ pasti, kalau tidak mau usahanya tutup, gitu lo. Semua pada akhirnya, baik itu hotel, destinasi wisata hampir hampir destinasi destinasi wisata ini dia punya

web dan media media elektronik untuk berkomunikasi, menginformasikan yang ia punya untuk promosi, hampir semua. Itu semua kita promosikan lewat media

**Adit** : Kemenpar melalui wonderful indonesia melakukan branding destinasi kepada 10 daerah yang memiliki kesiapan dan destinasi yg mendukung , apakah hal tersebut termasuk salah satu strategi branding yang dilakukan oleh Pemkab. Banyuwangi?

**Pak Rofiq**: pemerintah melalui kementerian pariwisata membentuk yang namanya kawasan pariwisata nasional, sebagai bali bali yang baru lah di indonesia yang itu jumlahnya ada sepuluh. termasuk bromo tengger semur dan banyuwangi salah satunya. Dari segi kota yang ditetapkan sebagai bali bali baru di indonesia ini dibuat yang namanya branding wisata untuk mensupport wonderful indonesia dan pesona indonesia, banyuwangi setelah dilakukan beberapa pengkajian sampai berbulan bulan oleh tim ahli untuk pembentukan branding, munculah brand majestic banyuwangi. Ini kerjasama pemerintah kabupaten dengan kementerian pariwisata untuk pembuatan brand wisata ini tadi.

**adit**: Bila di media sosial media marak dengan fenomena endorsement dalam proses branding, apakah pemerintah banyuwangi juga memiliki kerjasama dengan pihak swasta?

**Pak rofiq**: endorse itu kita selalu,. Banyuwangi festival tahu ya? Banyuwangi festival itu ada tujuh puluh tujuh event yang ada di tahun 2018 ini. Setiap event kita selalu menghadirkan artis sebagai endorseannya. Contoh, kemarin jazz itu artis semua yang datang. Kemudian sebelumnya ada acara green and recycle, itu ada indah kalalo. Hampir semua event di banyuwangi selalu mendatangkan artis besar. Artisnya, pertimbangan dari pemilihan artis adalah dilihat dari followers yang ada di sosial medianya apakah itu di instagram, facebook. Coba sampean liat pevita pearce, itu followersnya berapa juta, indah kalalo hampir satu juta. Itu pertimbangan kita. Dan ketika dikontrak, itu selalu disebutkan bahwa anda ketika berada di banyuwangi akan diajak keliling destinasi wisata. nah ketika diajak ke destinasi wisata itu harus di upload itulah salah satu bentuk promosi kita

**adit:** bentuk interaksi apa sih pak yang dilakukan kepada pengakses media Kabupaten banyuwangi. Komentar masyarakat seperti apa yang menjadi prioritas pemkab. Banyuwangi dalam membalas komentar untuk meluruskan atau memperkuat hubungan antara pemkab. Banyuwangi dan masyarakat?

**Pak rofiq:** kemenpar membentuk komunitas yang bernama GENPI. GENPI merupakan singkatan dari generasi pesona indonesia. Genpi ini memiliki id card yang dapat digunakan untuk akses ke semua event. Termasuk event beach jazz kemarin yang harga tiketnya 500 ribu. Dengan menggunakan kartu id ini, bisa gratis. Tujuannya apa. Dia ikut membantu untuk mempromosikan event-event. Nah, itu untuk genpi. Tapi yang kita kasih yang terpilih ya cuman 30. Yang terpilih yang bagaimana. Yang dia aktif satu, untuk meretweet, merepost dan memviralkan lah. Itu untuk anggota yang kitakasih kartu. Yang kedua followers mereka banyak. Itu untuk memilih ketiga puluh tadi. Bahkan dari tiga puluh ini kita bantu untuk pembelian paket datya pulsanya, kita bantu tiga puluh orang itu. Nah bagaiman ketika ada komentar komentar yang negatif di media sosial tentang pariwisata kabupaten banyuwangi? Di i=organisasi itu yang kita sampaikan. Contoh, genpi ini berbagai macam latar belakang ya, ada kalangan apa itu? pelaku wisata dan lain lain. ada anak sekolah juga, mahasiswa dan berbagai latar belakang. Contoh, ketika misalnya dipulau merah ada sampah. Ya, ada sampah difoto kemudian di kasih caption disitu.”menjijikan, pulau merah kotor sekali” misalnya captionnya semacam itu. Kemudian ada orang lain juga dengan angel foto yang sama sampah juga sama sama difoto dengan caption “seandainya wisatawan mau ngambil seperti saya sampah ini ya, pasti akan lebih nyaman”. Angel yang sama dengan caption yang berbda dampaknya akan berbeda. Bagaimana kita membuat caption, ngajari mereka untuk membuat caption yang berdampak positif terhadap promosi pariwisata banyuwangi. Itu yang kita ajarkan. Kalo kemudian mereka katakanlah dia itu travel agent. Genpi tadi. Memfoto jebret, trus bilang mosok pariwisata banyuwangi yang sudah terkenal kotor. Travel agent lo itu, kan membunuh dia sendiri kalo tidak ada orasng yang kesini. Itu yang kita sampaikan di media media itu. Itu yang kita sampaikan kepada seluruh pegiat wisata. mau ada gaada yang datang, saya secara

kedinasan ga dapet apa apa, tapi sebagai pegiat wisata sangat tergantung dari kunjungan wisata. kan mau ada wisata mau nggak kan bayaranku tetep semene gak ada pengaruhnya. Tapi kalau bagian wisata itu pengaruh, kalau sampean mau membunuh profesi sendiri ya jangan lakukan seperti itu. Itu yang kita selalu sampaikan. Satu contoh lagi bom yang ada disurabaya. Masyarakat tidak diperbolehkan mengupload ulang gambar maupun video mengenai korban. Nah 2 hari sejak bom tersebut beritanya hilang. Ini yang kita tanamkan kepada pegiat pegiat pariwisata di sini untuk lebih bijak dalam penggunaan sosial media yang jangan justru membunuh ladangnya dia sendiri

**adit:** Dalam market place di bidang pariwisata seperti traveloka, terdapat artikel yang isinya tentang deskripsi singkat tentang banyuwangi, adakah kerjasama antara pemkab. Banyuwangi dan beberapa marketplace pariwisata tersebut?

**Pak Rofiq:** kalau kongkritnnya masih kebijakan pimpinan, tetapi kalau implementasinya pariwisata di banyuwangi menggunakan online sistem untuk pemasaran sekaligus paymentnya itu kita menggandeng provider penyedia jasa itu. Bahkan sekarang di indonesia kalau berjalan atau kemana aja yang dibukak kan traveloka. Mau bbeli tiket lah mau cari hotel lah. Nah, ketika kita terkoneksi dengan traveloka, artinya kita masuk dalam media yang orang sudah familiar sehingga sangat mungkin orang ketioka browsing di traveloka, sudah muncul itu foto fotoobjek dibanyuwangi. Seperti itu.

**Adit:** untuk mencapai target internasional sendiri pak. Langkah apakah yang dilakukan oleh dinas Kebudayaan dan pariwisata kabupaten Banyuwangi untuk menyasar kunjungan wisman?

**Pak rofiq:** Ya kalau untuk promo untuk segmen asing untuk direct promo atau promo langsung keluar negeri memang kita tidak pernah karena keterbatasan anggaran. Tetapi kita menggunakan anggaran dengan seefektif mungkin agar tujuan itu bisa kita capai. Duit kita sedikit, nggak mungkin kita promo sampai eropa sampai keliling eropa itu kan ga mungkin, itu berapa ratus juta atau milyar yg kita butuhkan. Untuk itu kita kerjasama meminta bantuan pada kementerian atau dinas pariwisata provinsi untuk



membantu mempromosikan pariwisata banyuwangi via event event internasional. Seperti misalnya contoh, besok ini kita kan ada acara asian games bulan agustus september di palembang dan jakarta. Banyuwangi ini menawarkan bahwa kabupaten banyuwangi ini layak untuk menjadi tempat wisata bagi suporter dan atlit setelah bertanding dan itu semua sudah kita tawarkan kepada panitia dan ini sudah masuk di majalah asian game. Ini lo banyuwangi ada paket yang ditawarkan banyuwangi di asian games dengan menggandeng. Dinas prop sebagai panitia penyelenggara asian games. Itu strayegi strategi yang kita gunakan. Yang memasarkan pada mereka siapa? Panitia asian games. Dari pada kita harus ke asia. Yg kedua adalah bulan oktober nanti kan ada pertemuan imf world bank annual meeting. Pertemuan imf dan world bank yg diselenggarakan di bali. Itu gubernur bank sentral di dunia kemudian menteri keuangan diaeluruh dunia akan berkumpul dibali untuk meeting taunan iti tadi. Kalau seluruh gubernur bank sentral di aeluruh dunia itu ketemu di bali. Itu nggak mungkin lah nyuruh bank sentral budal dewean. Pasti itu satu rombongan satu bis atau satu pesawat lah minimal. Nah banyuwangi masuk kesana, ke panitia itu. Agar banyuwangi ditawarkan kepada mereka untuk menjadi tempat berwisata disela sela meraka meeting. Akhirnya banyuwangi ini menjadi salah satu dari 7 daerah di indonesia yang ditawarkan pada mereka di acara tersebut sebagai tempat wisata. Kita juga sudah menawarkan paket oaket kepada oanitia penyelenggara dan sudah masuk oada mereka. Bahkan beberapa hari yang lalu sudah ditinjau lokasi lokasi ini sama pak uuf binsar panjaitan sebagai kordinator kegiatan ketua panitia penyelenggara imf, menteri keuangan, gubernur bank indonesia datang ke indonesia untuk melihat destinasi pariwisata yang ada di banyuwangi yang di tawarkan. Jawabannya apa? Oke. Banyuwangi memenuhi syarat untuk ditawarkan kepada delegasi itu. Bahkan karena itu nanti pertemuan internasional yang melibatkan seluruh dunia pasti bandara ngurah rai itu tidak akan cukup untuk melayani penerbangan dari seluruh delegasi. Makanya bandara belimbing sari itu akan menjadi bandara penyangga untuk event twrsebut. Saat ini sudah disiapkan anggaran 300 m sama angkasa pura untuk mwmperlebar runway sekaligus memperpanjang dan approan nya. Bisa jadi nanti delwgasi yang membawa privat jet landing di sana dan parkir disini. Itu bisa jadi. Ketika parkir diaini bukan tidak mungkin

mengajak tamu itu datang ke banyuwangi gitu lo. Itu yang kita lakukan strategi strategi untuk promosi mancanegara. Ini efektif. Ngga perlu sampai kesuluruh dunia ke eropa kesegala macam yg menggunakan ratusan atau milyaran biayanya. Cukup menggunakan event event itu sebagai chance atau peluang untuk mengenalkan banyuwangi. Itu yang kita lakukan.